

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ**

*Людмила Скокова*

**КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ В СУЧАСНОМУ  
СУСПІЛЬСТВІ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ  
ТА ЕМПІРИЧНІ ВИМІРИ**



**Київ 2018**

**УДК 316.7**

**ББК 60.5**

**С44 Скокова Людмила. Культурні практики в сучасному суспільстві: теоретичні підходи та емпіричні виміри.** К.: Інститут соціології НАН України, 2018. 334 с.

**ISBN 978-966-02-8630-6**

У монографії представлено системне соціологічне дослідження культурних практик у ракурсі сучасних теоретичних підходів до їх вивчення, а також особливостей прикладних аспектів аналізу їх розгортання у повсякденному житті різних груп соціуму. Теоретичні перспективи культуральної соціології, практико-теоретичних підходів, соціології культури створюють багатовимірне бачення феномена культурних практик, продукуючи в свою чергу специфічні прикладні методології збирання і аналізу даних. На матеріалі моніторингових досліджень Інституту соціології НАН України та інших емпіричних свідчень надано картину динамічних конфігурацій у полі культурних, дозвілєвих практик населення в українському суспільстві.

Для науковців, викладачів, діячів культури, журналістів, аспірантів, студентів.

**УДК 316.7**

***Наукові рецензенти:***

доктор соціологічних наук **Г. І. Чепурко**

доктор соціологічних наук **В. В. Чепак**

доктор філософських наук **В. В. Танчер**

Рекомендовано до друку Вченою радою Інституту соціології НАН України (*протокол № 4 від 18 вересня 2018 року*).

**ISBN 978-966-02-8630-6**

© Скокова Л., 2018

© Інститут соціології НАН України, 2018

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-СОЦІОЛОГІЧНІ</b>	
<b>ЗАСАДИ ОСМИСЛЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК</b> .....	13
<b>1.1. Програма культуральної соціології: ключові характеристики</b> .....	13
1.1.1. Переосмислення традиційних підходів у проєкті культуральної соціології .....	13
1.1.2. «Сильна програма» культуральної соціології: основні принципи .....	26
1.1.3. Культурна прагматика як складова культуральної соціології .....	34
<b>1.2. Практико-теоретичні підходи</b>	
<b>як основа розуміння культурних практик</b> .....	41
1.2.1. Етапи розвитку практико-теоретичних підходів у соціології .....	41
1.2.2. Теорія практик за версією Т. Шацкі .....	52
1.2.3. Особливості практико-теоретичних підходів у соціології культури .....	59
<b>1.3. Бурдєзійанське і постбурдєзійанське бачення культурних практик</b> .....	69
1.3.1. Бурдєзійанські підходи до аналізу культурних практик .....	69
1.3.2. Постбурдєзійанська соціологія культурної партиципації: версія Б. Лаїра .....	77
1.3.3. Культурні практики в рамках реляційної і естетичної соціології мистецтва та культури .....	85
<b>Розділ 2. ОПЕРАЦІОНАЛЬНІ ВИМІРИ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК</b> .....	90
<b>2.1. Методологічні альтернативи у вивченні культурних практик:</b>	
<b>об'єктивізм, інтерпретативна соціологія, критичні підходи</b> .....	90
2.1.1. Об'єктивістські підходи у дослідженнях дозвілля .....	90
2.1.2. Дослідження культурних практик у рамках інтерпретативної соціології .....	100
2.1.3. Вивчення культурних практик у традиції критичних студій .....	108
<b>2.2. Інфраструктура досліджень культурних практик</b> .....	116
2.2.1. Інфраструктура та організація досліджень культурних практик .....	116
2.2.2. Дослідження культурної партиципації на національному і міжнародному рівнях .....	125
2.2.3. Методологічні пропозиції у міжнародних дослідженнях участі в культурі .....	128
<b>2.3. Дослідження гомології і гетерології соціальної</b>	
<b>і культурної стратифікації</b> .....	132
2.3.1. Концепт культурної всеідності .....	132
2.3.2. Досвід емпіричних досліджень гомології і гетерології культурної стратифікації .....	135
2.3.3. Кількісні і якісні підходи у вивченні смаків і участі в культурі .....	140

<b>2.4. Дескриптивні дослідження культурних практик у перспективі «виробництва культури»</b> .....	145
2.4.1. Становлення перспективи «виробництва культури» .....	145
2.4.2. Етапи, елементи, контексти виробництва культурних продуктів .....	149
2.4.3. Критичний дискурс і методологічні перспективи підходу «виробництва культури» .....	157
<b>2.5. Поширення практикоорієнтованих підходів у якісних дослідженнях медіа</b> .....	162
2.5.1. Досвід етнографії аудиторій у полі «media studies» .....	162
2.5.2. Практикоорієнтовані етнографії медіа в повсякденні: сучасний етап .....	167
<b>Розділ 3. ДИНАМІКА КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИХ ПРАКТИК В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ</b> .....	170
<b>3.1. Культурно-дозвіллєві практики населення: зрушення останніх десятиліть</b> .....	170
3.1.1. Баланс приватного і публічного взірців дозвілля .....	170
3.1.2. Залучення у культурно-дозвіллєві практики: можливості і обмеження .....	180
3.1.3. Культурно-дозвіллєві стилі та їх рухливість .....	187
<b>3.2. Бар'єри та стимули культурної участі в реаліях останніх років</b> .....	197
3.2.1. Контекст культурної участі: стримуючі і стимулюючі чинники .....	197
3.2.2. Поточна динаміка культурно-дозвіллєвих занять .....	204
3.2.3. Перешкоди культурній участі населення .....	209
<b>3.3. Практики мережево-цифрової культури</b> .....	214
3.3.1. Досвід міжнародних досліджень залучення до інтернету й участі в культурі .....	214
3.3.2. Озвичаєння і поширення мережево-цифрової участі .....	223
3.3.3. Участь в мережево-цифровій культурі: вектори аналізу .....	228
<b>Розділ 4. СМИСЛИ І ЗМІСТИ УЧАСТІ В КУЛЬТУРІ</b> .....	233
<b>4.1. Мовні практики в українському суспільстві</b> .....	233
4.1.1. Застосування концептів П.Бурдьє у дослідженні мовних практик .....	233
4.1.2. Мовна ситуація в Україні та її динаміка .....	237
4.1.3. Мовні практики й участь у культурі: пропозиції і вибори .....	244
<b>4.2. Дім: образи, уявлення, реалії</b> .....	251
4.2.1. Дім у традиційній культурі: коди і сенси .....	251
4.2.2. Дім як оселя: предметно-просторові виміри .....	255
4.2.3. Часова і соціальна перспективи Дому .....	263
<b>4.3. Мемі: коди мережево-цифрової культури</b> .....	274
4.3.1. Мережево-цифрова культура і практики участі .....	274
4.3.2. Інтернет-мемі у середовищі поширюваних медіа .....	277
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	285
<b>Література</b> .....	292
<b>Додатки</b> .....	321

## ВСТУП

Розмовляти, читати, співати, спілкуватися, розрізняти відтінки кольорів, малювати, рахувати, жартувати, будувати, вирощувати рослини, виголошувати промови, виховувати дітей — перелік культурних практик міг би бути, мабуть, нескінченним. Від дій, які здаються нам природними, — настільки вони є швидкими, непомітними і рутинними, до явно складних комплексів дій — як-от турбота про дітей, розроблення архітектурного проекту, побудова літака, створення симфонії чи винайдення нової вакцини — всі звичайні, повсякденні заняття мільйонів людей і ті, які ми вважаємо складними, неординарними діями (подіями), можна розглядати в ракурсі практик. Ідеться про увагу саме до особливостей практикування, способів виконання безлічі різної складності й узвичаєності комплексів дій людьми, які в сукупності рухливих констеляцій і становлять «живу» тканину соціального життя в певному часі та просторі, у глобальному пов'язанні локальних культурних середовищ. У практиках вибудовуються, відтворюються і змінюються інститути, організації, структури соціальних груп (класових, етнічних, вікових, гендерних тощо), підтримуються і змінюються уявлення, сенси, соціальні та культурні ідентичності членів соціумів. В українському суспільстві останніх років, як показують численні спостереження і різного роду дослідження, культурні практики — важливий вимір реформування громадського життя, який може як сприяти модернізаційним процесам, так і перешкоджати їм, ставати об'єктом контролю культурної політики і цивільного активізму.

Практики людей подібні й різні одночасно. У будь-якому суспільстві люди розмовляють, але кількість мов, діалектів, ідіолектів, нормативність, легітимність мов, рівень опанування їх представниками різних соціальних груп розрізняються. Поширена, звична практика читання ще не так давно була іншою — за часів відсутності масштабного книгодрукування, сучасних систем освіти і, відповідно, грамотних людей. Але й у сучасних суспільствах читання (книг, журналів, газет, інтернет-джерел, фахової літератури) є поширеним (часом улюбленим) заняттям одних груп людей, а серед інших (із тих чи тих причин) не користується популярністю. З огляду на соціальну і часову траєкторію ця практика

в певні історичні періоди була вузькодоступною, елітною, потім із поширенням масової грамотності, масової преси і літератури набувала своїх прихильників. Сьогодні кількість шанувальників друкованого слова зменшується (так, в Україні кожен другий з опитуваних відповідає, що не читав художньої літератури впродовж року). Натомість зростає популярність візуальної, аудіовізуальної інформації в цифровій формі, поширюється мобільний онлайн-доступ до неї.

Уміння писати – нотатки, листи, твори, спостереження, мемуари – теж виховує з дитячого віку сучасна система освіти, але в дорослому житті ця практика частіше є заняттям професійним – письменників, поетів, науковців, політиків, управлінців та ін. Нині, з поширенням інтернет-майданчиків – чатів, платформ блогів, соціальних мереж тощо – кожна людина з навичками комп'ютерної та інтернет-грамотності може стати дописувачем, створювати свої нотатки в різних жанрах/формах і транслювати їх у публічному просторі. Така соціокультурна новація розмиває усталені поділи між автором і читачем, масовим комунікатором і споживачами медійної інформації, між приватним і публічним просторами тощо.

Усна, письмова, іконічна та інші форми соціальної комунікації передбачають створення послань (смислів, ідей), їх трансляцію іншим, функціонування їх у культурному просторі, сприйняття (індивідуальне, групове чи масове), обговорення і надання їм значень і смислів у повсякденному житті. Такі циклічні комплекси дій/взаємодій індивідуальних і колективних акторів можемо розглядати як розгортання культурних практик – у повсякденному середовищі, в організаціях, інституціях, соціумах.

Поділ, диференціація суспільної праці в модерних суспільствах поступово приводить до виокремлення безлічі занять і професій. Будь-яке заняття, включення в ту чи ту ситуацію передбачає оволодіння як специфічними навичками, знаннями, культурною компетентністю, необхідними для життєдіяльності спільнот/субкультур (сімейних, суцільських, професійних тощо), так і диспонування узагальненими ідеями, уявленнями, цінностями, смислами. Як часто люди співвідносять свої повсякденні дії з генералізованими цінностями і смислами – одне зі стимулюючих питань соціології культури і дослідження практик (М. Вебер, Т. Парсонс, К. Гірц, Дж. Александер, Л. Тевено, Л. Болтанські, Р. Інглгарт та ін.).

У вужчому розумінні культурні практики пов'язують із виокремленням таких сегментів життя, які стосуються саме продукування, збереження, поширення, сприйняття, споживання ідей, знань, уявлень, втілених у слова, звуки, образи, тексти, матеріальні об'єкти, перформанси тощо (релігійні, художні, технічні, навчальні, політичні, наукові, медійні

тощо). Форми і результати діяльності у сферах релігії, науки, освіти, мистецтва, фольклору, літератури, мас-медіа тощо відбираються, акумулюються, транслюються, забуваються або реактуалізуються (у вигляді традиції, повсякденного/наукового знання, культурного канону, дискурсивних формацій), їх частково репродукують наступні генерації, частково оновлюють. Ці процеси відтворення культури і появи в ній нових елементів (ідей, уявлень, продуктів), співвідношення традиції та інновації також можна розглядати в ракурсі репродукції та зміни в часі тих чи тих культурних практик, що побутують у локальних, національних, глобальних контекстах (П. Бурдьє, М. Фуко, Н. Еліас, М. Серто, Р. Вільямс, С. Холл, З. Бауман, С. Леш та ін.).

Доступ, залученість у більшість практик є соціоструктурно обумовленими. Одні практики потребують складних умінь, витрат фізичної/розумової енергії для оволодіння ними, можливо, коштовного обладнання, витрат грошей. Усі практики потребують витрат часу. Час є обмеженим ресурсом і розподілений у суспільстві по-різному. Так само нерівним є розподіл фізичних сил, фінансів, економічних, політичних, статусних ресурсів тих або тих груп. Соціальна нерівність і ексклюзія, як правило, тісно пов'язані з культурною нерівністю. Законодавство більшості сучасних демократичних суспільств, міжнародні угоди гарантують культурні права громадян (отримання освіти, оволодіння і користування мовами, вільний доступ до інформації, відпочинку і дозвілля, можливості підтримання культурної ідентичності тощо), діапазон яких розширюється. Стає зрозумілим, що дотримання культурних прав і свобод громадян є досить надійним критерієм визначення стану економічного і демократичного розвитку держави, типу політичного устрою, рівня соціального захисту громадян, відкритості та толерантності суспільства.

Існує величезна кількість фізичних, просторових і часових обставин, соціальних, політичних і культурних чинників, які роблять одні практики бажаними, затребуваними, поширеними, інституційно підтримуваними, нав'язуваними, а інші — застарілими, непопулярними, засуджуваними, недоступними. Ці прояви наявності або відсутності в досвіді, в уяві, в реаліях повсякдення різних соціальних груп тих чи тих практик, їх культурний статус, репутація можуть бути досить точними характеристиками станів і динаміки сучасних суспільств, конфігурацій соціальних і культурних порядків.

Розуміння важливості досліджень культурних практик у соціології та соціальних дисциплінах стає поширенішим, проявом чого є дедалі більша кількість наукових публікацій, присвячених тим чи тим практикам — політичним, економічним, громадянським, корупційним, волонтерським, насильницьким, релігійним, мистецьким, медійним, спожи-

вацьким, дозвілєвим etc\*. Разом із тим узагальнювальне розуміння фундаментальної ролі культурних практик у соціальному житті, їх морфології та динаміки, існуючої сучасної конфігурації теоретичних підходів до їх вивчення, наявності концептуальних кластерів у сучасній соціології культури для їх емпіричного дослідження, на нашу думку, є недостатньо опрацьованим.

**Наукова проблема** полягає в наявності суперечності між актуальністю завдань деталізованого вивчення рухливих станів соціальних і культурних порядків сучасних суспільств, базовим елементом яких є практики, і нестачею генералізованого знання щодо теоретичних і емпіричних підходів до вивчення культурних практик у сучасній соціології культури.

**Дослідницька проблема** полягає в тому, що у стані різномірності та певної відокремленості, альтернативності теоретичних підходів сучасної соціології культури до розуміння культурних практик, їх емпіричного вивчення в межах значної кількості напрямків у галузевих і спеціальних соціологіях і суміжних соціальних дисциплінах, наявною є проліферація, розрізненість і непорівнюваність досліджень та їх результатів, що настійно потребує репрезентації систематичного і консистентного образу соціологічного знання в цій сфері.

**Метою** цієї роботи є системна експлікація теоретико-соціологічних і емпірико-соціологічних підходів до вивчення культурних практик у сучасному суспільстві, в тому числі українському.

*Завдання роботи:*

— виявити основні характеристики теоретичних підходів у сучасній соціології культури в ракурсі їх релевантності осмисленню статусу культурних практик у соціальному житті й обґрунтувати концептуальні вектори розгляду їх сумісності, комплементарності або альтернативності;

---

Зокрема: Степаненко В.П. Громадянське суспільство: дискурси і практики. К., 2015; Резнік О. Громадянські практики в перехідному суспільстві: чинники, суб'єкти, способи реалізації. К., 2011; Щербина В.М. та ін. Соціологічні дослідження культури: концепції та практики. К., 2010; Макеєв С. Смыслові порядки інтелектуальних практик // Смыслова морфологія соціуму. К., 2012; Чудовська-Кандиба І. Соціокультурні виміри рекламних практик. К., 2010; Іванкова-Стецюк О.Б., Селешук Г.П. Соціально-економічні практики українських трудових мігрантів у вимірах соціокультурних орієнтацій: самоорганізація vs патерналізм // Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. 2013. Вип. 2 (1); Зубарев О. Східні духовні практики як форми тілесної культури особистості // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна: зб. наук. праць. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи, 2013. No 1045; Піронкова О. Технології стигматизації та інклюзії як альтернативні соціальні практики взаємодії з психічнохворими в сучасному суспільстві. Х., 2016.



- визначити стимулювальний потенціал амбівалентностей і напружень у концептуальному розумінні культурних практик;
- надати історико-соціологічний абрис становлення основних підходів до емпіричного вивчення культурних практик;
- розкрити механізми і результати інституціоналізації кількісних підходів у рамках галузевих соціологій до вивчення культурних практик, у тому числі формування дослідницьких мереж аналізу проблематики соціальної та культурної стратифікації;
- дослідити особливості становлення національної та міжнародної інфраструктури досліджень культурних практик і культурних політик, формування напрямку порівняльної культурної статистики;
- продемонструвати специфіку підходу «виробництва культури» до вивчення культурних практик;
- з'ясувати евристичні можливості етнографій і антропологій культурних практик, зокрема у формі поширення практикоорієнтованих підходів у соціології культури.
- виявити тенденції та чинники зрушень у структурі культурних практик і діагностувати рухливі стани поточної культурної ситуації в українському суспільстві, їх соціоструктурні обумовленості;
- розкрити стимули й обмеження функціонування інтернет-практик у контексті становлення мережево-цифрової культури в українському суспільстві, а також смислові перспективи розгортання практик у просторі «Дому», інтернет-просторі.
- репрезентувати особливості поточної мовної ситуації та функціонування мовних практик у сферах культурного споживання.

*Об'єктом дослідження* є культурні практики сучасного суспільства, а *предметом дослідження*, відповідно, – сучасні соціологічні підходи до вивчення культурних практик.

Наукова і дослідницька проблеми, мета і завдання, об'єкт і предмет дослідження зумовлюють композиційну логіку монографії та її структуру. У **першому розділі** розкрито особливості ключових теоретичних підходів до розуміння культурних практик. У підході культуральної соціології, який асоціюється з ім'ям Дж. Александера, дослідники акцентують актуальність соціологічного вивчення генералізованих смислів і значень, дискурсивних констеляцій, їх контингентне структурування в автономному просторі культури. Взаємообумовленість культурних смислів і соціальних дій розкривається за допомоги напрямку культурної прагматики з задіянням методологічного інструментарію «сильної програми» культуральної соціології. В теоріях практик у сучасній соціології культури вирізняють три їх етапи, представники яких сприяли оформленню різних вокабуляріїв і стилів вивчення культурних практик. Серед представників першого покоління розглянуто теорії практик

Е. Гідденса, П. Бурдьє; другого покоління – теорію практик Т. Шацкі. Також з'ясовано особливості третього етапу теорій практик, тобто практикоорієнтованих прикладних досліджень, а також постбурдьєз'янських підходів. З'ясовано специфічні риси, які виокремлюють підхід теорій практик, і його евристичні можливості для вивчення культурних практик.

У **другому розділі** за допомоги вирізнення методологічних підходів у соціології та соціальних дисциплінах (об'єктивістського, інтерпретативного і критичного) розглянуто інституційні кроки в напрямку оформлення стилів емпіричних досліджень культурних практик. Показано етапи інституціалізації використання емпіричних даних щодо культурно-дозвіллевих занять за допомоги щоденникових обстежень, масових репрезентативних опитувань, залучення цих технологій для здійснення міжнародних порівняльних проектів. Подано стан інфраструктури досліджень культурної партиципації (участі в культурі) на національному, міжрегіональному, міжнародному рівнях, механізми становлення напрямку порівняльної культурної статистики. Розглянуто специфіку перспективи «виробництва культури» у вивченні культурних практик, а також формування останніми десятиліттями міжнаціональної мережі дослідників проблематики соціальної та культурної стратифікації на основі даних репрезентативних опитувань. У рамках інтерпретативних підходів виявлено особливості вивчення культурних практик у межах концептуалізацій «світів мистецтва», «світів дозвілля», інтеракційних ритуалів у традиції символічного інтеракціонізму. У межах «критичних» соціальних підходів проаналізовано концептуалізації та емпіричні вектори вивчення культурних практик представниками класичного і сучасного етапів у традиції британських *cultural studies*, поширення практикоорієнтованих медіа-досліджень із використанням якісних технологій.

**Третій розділ** присвячений аналізу структури і динаміки культурно-дозвіллевих практик в українському суспільстві на базі багаторічних моніторингових опитувань Інституту соціології НАН України (1994–2017). Розглянуто проблематику перешкод бажаним зрідцям участі в культурі та проведення дозвілля, змін в культурній інфраструктурі в ракурсі урбанізованих/неурбанізованих територій. За допомоги методів багатовимірного аналізу здійснено вирізнення стилів культурно-дозвіллевих практик, їх соціоструктурних відповідностей і динаміки. Розглянуто особливості та темпи формування мережево-цифрової культури в українському суспільстві в контексті її глобальної переконфігурації, вектори розгортання культурних практик в інтернет-просторі.

У **четвертому розділі** увагу зосереджено на інтерпретації змістів і смислів залучення до культури в окремих сегментах культурного життя. Проаналізовано поточну мовну ситуацію в українському суспільстві, особливості інституційних пропозицій і мовних пріоритетів громадян

у сфері культурного споживання. На основі застосування якісних проєктивних методик розглянуто сприйняття «Дому» як одного з найважливіших повсякденних доменів залучення до культури, різні режими його смислового сприйняття. Проаналізовано один із векторів мережево-цифрової партиципації на прикладі практик поширень, реміксів інтернет-мемів. Показано, що залучення до онлайн-культури надає нові можливості учасникам соціальної комунікації виявляти і транслювати свої настанови в публічному просторі. У **висновках** роботи подано досягнуті результати і висновки.

**Методологічними засадами** монографічного дослідження стали загальнонаукові та соціологічні методи: аналітичний і критичний аналіз – для з'ясування специфіки і комплементарності теоретичних підходів до вивчення культурних практик; метод систематичного огляду – для охоплення емпіричних способів вивчення культурних практик у рамках альтернативних підходів і кількісних/якісних технологій отримання й аналізу даних; історико-соціологічний метод – для реконструювання становлення прикладних перспектив вивчення культурних практик і етапів формування дослідницької інфраструктури культурної статистики на національному і міжнародному рівнях; компаративний метод – для з'ясування змісту концепту «культурні практики» в рамках альтернативних теоретико-соціологічних підходів; соціокультурний аналіз – для інтерпретацій соціокультурного контексту розгортання культурних практик; соціоструктурний аналіз – для виявлення соціоструктурних обумовленостей залучення в культурні практики; порівняльний соціологічний аналіз – для зіставлення динамічних рядів даних щодо культурних практик в українському суспільстві, їх порівняння з даними європейської культурної статистики, для оцінки варіативності в часі статистичних даних щодо наявності та відвідування закладів культури/освіти, медійних пропозицій; методи багатовимірного аналізу – для вирізнення стилів культурно-дозвілєвих практик громадян країни; якісний аналіз текстів – для виявлення смислових констеляцій у сприйнятті культурних ідентичностей, міжкультурних комунікацій, соціокультурних просторі, артефактів партиципаторної культури.

Емпіричною базою монографічного дослідження стали результати моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України 1994–2017 років, результати Європейського соціального дослідження (ESS), інших проєктів, у яких брала участь авторка (фокус-групи, проєктивні методики).

Результати монографічного дослідження можуть бути використані в розробленні стратегій соціальної, культурної, інформаційної політики в українському суспільстві, у виробленні напрямків діяльності закладів культури, освіти, дозвілля, недержавних громадських організацій

культурницького, добродійного, дозвіллевого, рекреаційного спрямування. Подану інформацію можна застосувати в науково-дослідній діяльності державних і недержавних інституцій для розроблення експертних, аналітичних висновків і оцінок культурних процесів, розвитку крос-культурних проектів, а також у вищих навчальних закладах освіти – для підготовки фахівців у сферах соціології культури і суміжних дисциплін.

Багатоманіття, складна морфологія і рухливість культурних практик, їх варіативність, актуальність і (не)доступність у різних соціокультурних контекстах, неординарні співвіднесення культурних практик і культурних політик у сучасному суспільстві потребують постійних зусиль щодо їх фіксації та концептуального осмислення. Сподіваємося, що подані в монографічному дослідженні результати сприятимуть подальшим розвідкам на цьому шляху.

Ідея і реалізація цієї монографії завдячує передовсім творчій атмосфері та високим науково-дослідницьким стандартам, які підтримуються і культивуються в Інституті соціології НАН України. Участь у планових темах відділу соціології культури і масової комунікації з початку 2000-х років (наукові керівники: д. філос. н. А. О. Ручка, д. соціол. н. Н. В. Костенко), можливість працювати з даними щорічного соціологічного моніторингу «Українське суспільство» (науковий керівник д. екон. н. В. М. Ворона; автори проекту д. соціол. н. Н. В. Паніна, д. філос. н. Є. І. Головаха)\*, участь у стимулювальних обговореннях перебігу культурних процесів в українському суспільстві – у віділі та ширших колах – колег з інших відділів інституту, освітніх і дослідницьких соціологічних інституцій і закладів країни, на методологічних семінарах, конференціях і конгресах Соціологічної асоціації України, публікації у фахових часописах, є тими складовими, без яких ця робота стал б неможливою. Щиро вдячна всім, хто підтримував мене у професійному становленні.

---

\*Соціокультурні ідентичності та практики / За ред. А. Ручки. К., 2002; Медіа. Демократія. Культура / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. К., 2008; Субкультурна варіативність українського соціуму / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. К., 2010; Смыслова морфологія соціуму / За ред. Н. Костенко. К., 2012; Мінливості культури: соціологічні проєкції / За ред. Н. Костенко. К., 2015; Участь у культурі: люди, спільноти, стани / За ред. Н. Костенко. К., 2018; Головаха Є., Паніна Н. Моніторингові дослідження Інституту соціології НАН України: методологія, методи, організація опитувань // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Зб. наук. праць / Гол. ред-ри д. екон. н. В.М. Ворона, д. соц. н. М.О. Шульга. Вип. 1 (15), Т. 2. К., 2014. С. 5–12; Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Зб. наук. праць / Гол. ред-ри д. екон. н. В.М. Ворона, д. соц. н. М.О. Шульга. Вип. 4 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2017.

## **РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-СОЦІОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОСМИСЛЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК**

### **1.1. Програма культуральної соціології: ключові характеристики**

#### **1.1.1. Переосмислення традиційних підходів у проєкті культуральної соціології**

У сучасній соціології важливим джерелом породження дискусій про взаємозв'язки культурного і соціального, нових інсайтів щодо проблематизацій і способів дослідження культурних процесів став напрямок культуральної соціології, який пов'язують з ім'ям Дж. Александера і Єльською школою [Alexander, 2003; Александер, 2013]. Становлення цього підходу, як і інших культуральних теорій, відбувається в ситуації після лінгвістичного і культурного «поворотів» у соціальних і гуманітарних дисциплінах, які привернули увагу до ролі мови, смислів, дискурсів у соціальному житті.

У класичній і посткласичній соціології у працях М. Вебера, Е. Дюркгейма, Г. Зіммеля, Т. Веблена, Ф. Знанецького, П. Сорокіна, А. Грамші, К. Маннгейма, М. Горкгаймера, Т. Адорно, Н. Еліаса, Т. Парсонса надано взірці досліджень культури [Вебер, 1990; Веблен, 1984; Дюркгайм, 2002; Зиммель, 1996; Ритцер, 2002; Сорокин, 1992; Еліас, 2003; Соціологічна теорія, 2007; Соціологія, 2008; Ручка, Скокова, 2015]. У теоретичних побудовах Т. Парсонса підкреслено важливість аналізу культури як ціннісно-нормативної системи, процесів соціалізації, інкультурації членів суспільства як інтерналізації інституціалізованих цінностей і норм. Вивчення концептуалізацій цінностей, ролі цінностей у соціальному житті є усталеним напрямком досліджень культурних процесів у теоретичній і емпіричній соціології, в тому числі вітчизняній [Ручка, 1987; Костенко, 1993; Бакіров, Ручка, 2013; Ручка, 2015; Ціннісна складова, 2014]. Сучасна соціологія культури як теорія середнього рівня є багатосегментним полем, яке включає вивчення соціокультурних диференціацій, соціокультурних стилів, культурного виробництва, творчості, мистецтва, дозвілля, культурного споживання, субкультур, культурних ідентичностей (етнічних, вікових, гендерних, національних, регіональних тощо), медіа-культури та інших предметних царин (див., зокрема: [Победа, 1997; Соціокультурні ідентичності та практики, 2002; Соціологія культури, 2002;

Семашко, 2004; Медіа. Демократія. Культура, 2008; Стиль життя, 2008; Субкультурні варіативність, 2010; Мінливості культури, 2015]).

Культуру в багатоманітті її проявів вивчають не перше століття в рамках різних соціогуманітарних дисциплін. Відомі розрізнення «культури» і «цивілізації», культури як сукупності найкращого, що створило людство (і пов'язаний із цим дискурс Просвітництва, в якому наголошено, що освоєння цього надбання здатне зробити людину і колективне життя досконалішим, культурнішим). Остання ідея пов'язана також із дебатами про високу (справжню) Культуру і таку, що не варта цієї назви (масова, банальна, профанна). Різні процеси, зокрема, демократизації соціального життя, комодифікації інтелектуальних продуктів показують конструйованість подібних поглядів, їх пов'язаність з історично, соціально і політично обумовленими дискурсивними формаціями (див. докл.: [Соціологія культури, 2002, с. 21–33; Ручка, 2008а; Шульга, 2008]).

Американський науковець В. Сьюел запропонував розрізнити два основні значення концепту «культура». На його думку, поперше, це теоретично визначена категорія або аспект комплексної реальності людського життя, відмінний від інших таких само абстрактних аспектів чи категорій соціуму, котрі не є культурою, наприклад, економіка або політика. Отже, назвати щось культурою або культурним означає звернутися до певної академічної дисципліни чи субдисципліни – соціології, антропології тощо, або специфічного стилю аналізу, наприклад, структуралізму, етнонауки чи герменевтики. Культуру в цьому сенсі – як абстрактну аналітичну категорію – завжди вживають в однині. Коли говорять про культури у множині, то йдеться про друге фундаментальне значення – специфічний, виокремлений світ вірувань і практик. Культура в цьому сенсі є ізоморфною суспільству або деяким чітко ідентифікованим субсоціетальним групам. У цьому разі можна зіставляти декілька культур [Sewell, 2005, p. 156], наприклад, католицьку і протестантську, французьку, британську, німецьку, «культуру середнього класу» і «культуру андеграунду» тощо. Друга пропозиція відсилає до задіяння в культурній антропології та cultural studies концепту «культура як спосіб життя». Вважають, що Ф. Боас першим запропонував вживати у множині поняття «культура», протестуючи проти поширених на той час способів зіставляти способи життя різних народів з точки зору еволюційного поступу, створювати їх ієрархії (що було характерним для колоніального управління, західноцентричного бачення інших культур). Поступово почи-

нає поширюватися розуміння соціального і реляційного характеру культур, які визначають за їх відмінностями [New Keywords, 2005, р. 67]. Сьогодні бачення рухливих, пористих кордонів культур і (пост)субкультур, їх реляційного, процесуального, контингентного характеру внаслідок складної взаємодії силових і смислових порядків стає дедалі поширенішим у соціальному аналізі [Субкультурна варіативність, 2010, с. 11–34; Смилова морфологія, 2012, с. 13–58; Мінливості культури, 2015, розділ 1; Черниш, 2017].

Бачення культури «в однині» повертає нас до її вивчення в рамках культуральних теорій. Критерієм диференціації останніх може бути тематичний фокус, модель культурного дослідження. Л. Гросберг вирізняє такі моделі: культура як текст, культура як комунікація, культура як відмінність, культура і соціополітичний простір, культура і соціальні інститути, культура як дискурс, культура як повсякдення (див.: [Бахманн-Медик, 2017, с. 11]).

Із поширенням ідей структуралізму, постструктуралізму, семіотики, герменевтики, феноменології, аналітичної філософії в соціальних науках відбувається становлення культуральних теорій, що назвали лінгвістичним, ширше – культурним поворотом у соціальних науках [Beyond the Cultural Turn, 1999; Бахманн-Медик, 2017]. Німецький дослідник А. Реквіц вважає, що вплив структуралізму простежується у творчості П. Бурдьє і М. Фуко; вплив феноменології та герменевтики – у працях А. Щюца, Г. Гарфінкеля і, специфічним чином, Н. Лумана; вплив філософії Л. Вітгенштейна – у творах Е. Гідденса, Ю. Габермаса [Reckwitz, 2002a, р. 245]. Серед культуральних теорій Реквіц вирізняє чотири моделі (ідеальні типи): теорії практик, культуральний менталізм, культуральний текстуалізм, культуральний інтерсуб'єктивізм. Критерієм їх розрізнення стає розміщення соціального – культуральні підходи можуть аналітично локалізувати соціальне в *розумі* індивіда (культуральний менталізм – структуралізм, соціальна феноменологія), в *текстах* (культуральний текстуалізм – постструктуралізм, семіотика, радикальна герменевтика, символічна антропологія тощо), в *інтераціях* (культуральний інтерсуб'єктивізм), у *практиках* (теорії практик) [Reckwitz, 2002a, р. 246–250].

Розширення можливостей концептуалізувати культуру в рамках культурного повороту означає, таким чином, радикальні зрушення в соціогуманітарних дисциплінах щодо розгляду значущості мови, символів, ритуалів, дискурсів, повсякденних знань, типізацій та інтерпретацій для побудови наукових пояснень. Ці зрушення позначаються на баченні соціального/культурного, методології соціаль-

них дисциплін, реконфігурації поля культурних досліджень. Праці таких науковців, як Л. Вітгенштейн (мовні ігри), Х. Уайт (роль мови і риторичних прийомів в історіографії та науковому письмі взагалі), П. Бурдьє (практичне знання), М. Фуко (дискурси і практики), К. Гірц (культура як смисли, «насичений опис») поступово змінюють інтелектуальний ландшафт. Постмодерністська критика «гранд-наративів» Ж.-Ф. Ліотара, праці Ж. Бодриєра, Р. Барта, Ж. Дерида, Ж. Дельоза та інших представників постмодерністських, постструктуралістських, інтерпретативних течій підривають домінування неопозитивістської та постпозитивістської методології, віру в можливість установлення об'єктивних фактів, доступу до реальності. У рамках прагматичного повороту в епістемології та методології соціальних наук знання вбачають як укорінене у практичному контексті, науку визнають різновидом соціокультурної практики, легітимність результатів якої досягається через підтримання дисциплінарної автономії (див. докл.: [Дудина, 2003; Іонин, 2004, с. 117–137]). Структуралізм, постструктуралізм, семіотика, герменевтика, наративістика, соціальна феноменологія, соціальний конструктивізм, поширення мережі cultural studies в академічних дисциплінах поступово вибудовують сегмент культурально-теоретичних соціальних наук [Beyond the Cultural Turn, 1999; Бёрк, 2015; Бурлачук, 2002; Головаха, 2013; Костенко, 2010; 2012; Малес, 2011; Отрешко, 2009; Соболевська, 2014; Шульга, 2016].

Культурний поворот у деталізованішому розгляді можна сприймати як загальну назву численних трансдисциплінарних зрушень в осмисленні взаємозв'язку культурного і соціального, методології та методів аналізу, аналітичних і операціональних категорій. Німецька дослідниця Д. Бахманн-Медик вирізняє такі культурні повороти, як інтерпретативний, рефлексивний, перформативний, трансляційний, постколоніальний, іконічний [Бахманн-Медик, 2017]. На її думку, ці зрушення певним чином сприяють відходу від проблематики лінгвістичного повороту з зосередженням його культурного аналізу виключно на мові, текстах, символічних репрезентаціях і «граматиках» поведінки. Нові вектори аналізу виводять на передній план «самоінтерпретацію та інсценування, тілесність і дію, а також політики соціальних і міжкультурних відмінностей з практиками їх перекладу і подолання, крім того, візуальне розуміння, сприйняття образів і різні культури погляду, так само, як і просторовість і співвідношення простору і соціальної дії, нарешті, невід'ємну матеріальність досвіду та історії» [Бахманн-Медик, 2017, с. 8]. У су-



часних культуральних теоріях дедалі частіше звертається увага на те, як «практикується» культура, які матеріальні, тілесні, просторові, символічно-сміслові елементи опосередковують форми діяльності в сучасних суспільствах, як саме вони включені у складні ланцюги дій. Поширилося розуміння хибності євроцентристського, лінійного погляду на суспільний розвиток, акцептації існування множинності способів життя у світі, плюральності культур, стилів життя, важливості діалогічних і паритетних міжкультурних відносин, визнання ідентичності Іншого [Соціокультурні ідентичності та практики, 2002; Субкультурна варіативність, 2010; Малес, 2011; Сорока, 2012].

Разом із тим багатоманіття новітніх культуральних підходів, оригінальні вокабулярії і методологічні принципи не завжди гладко поєднуються на практиці з засадами конвенційних соціологічних стилів дослідження культурних процесів і практик. У зв'язку з цим достатньо схвально була сприйнята програма культуральної соціології, або «сильної соціології культури», запропонована американськими науковцями, прихильники якої проголошують ідею поєднати постпозитивістські засади причинного пояснення та інтерпретативні, герменевтичні підходи до аналізу культурного і соціального [Танчер, Скокова, 2009].

Упродовж трьох останніх десятиліть Дж. Александер і його однодумці розробляють напрямок культуральної соціології на теоретичному й організаційному рівнях в американській соціології та намагаються активізувати увагу світової соціологічної спільноти до осмислення ролі культури в соціологічній теорії. У північноамериканській соціології є й інші напрямки вивчення культурних процесів, пов'язані з традиційнішими підходами аналізу. Проте саме культуральна соціологія створює напругу, дискусійний нерв у сучасній соціології, стимулює осмислення усталених підходів і пошук нового бачення місця і ролі культури в соціальному житті.

Важливим етапом розвитку і популяризації культуральної соціології у світі стала праця «Смисли соціального життя» [Alexander, 2003; Александер, 2013]. У Європі з 2007 року видавництво «Sage» видає часопис «Cultural Sociology» за підтримки соціологічної асоціації Великої Британії. Він став простором для дискусій, обміну думками науковців, які займаються соціологічними дослідженнями культури з різних теоретичних і методологічних позицій і в різноманітті національних контекстів. Культуральну соціологію сприймають як відкриту, багатовимірну і гібридну мережу сил у

русі, а не як статичну сутність [Priog, Darmon, McCormick, 2017, p. 5]. Отже, з початку 2000-х років у полі соціології культури динамізувалися процеси зіставлення, обговорення різних аналітичних традицій, репрезентування нових підходів до трактування культурних процесів, використання нових концептуальних словників.

Становлення культуральної соціології в американській соціології, інституціалізацію підходу детально відтворено у працях прихильників [Smith, 1998; Alexander, Smith, 2010; Alexander, Jacobs, Smith, 2011, Александер, 2013]. Така реконструкція дозволила розглянути зміни в полі культурних теоретизувань і досліджень та їх специфіку в європейській і американській соціології.

У 1960–1970-і роки зацікавленість американських соціологів культурою була низькою, її вивчення ототожнювали з парсонсіанством, нормативним функціоналізмом. Провідні соціологічні напрямки того часу – теорії конфлікту, теорія раціонального вибору, теорії обміну та інші – не розглядають культуру як окремий предмет аналізу. Розпочаті наступним поколінням соціологів дослідження субкультур, організаційних культур, виробництва і сприйняття культурних продуктів (Р. Пітерсон, Г. Бекер, П. Дімаджіо та ін.) дозволяють відійти від абстрактного, макрорівневого розгляду культури як системи (докладніше розділ 2.4). Поступово поширюється розуміння багаторівневого, складного поля культури, значущості смислових, дискурсивних форм. Мікросоціологічні дослідження (символічний інтеракціонізм, етнометодологія, соціальна феноменологія) допомагають розуміти багатоплановість соціальної дії, її зв'язків із культурою і складні способи задіяння акторами смислів і значень у конкретних ситуаціях інтеракції.

Представники американської культуральної соціології описують її як продукт взаємовпливу теоретичних традицій дисципліни і європейських напрямків [Smith, 1998, p. 4]. У 1960–1970-і роки, коли відбувалися пошуки нових підходів і поступове падіння популярності структурно-функціонального аналізу в американській соціології, увагу почали привертати структуралістські та постструктуралістські концепції, які розвивалися в Європі. Вивчення ролі ідеологій, міфів, символів, ритуалів, повсякденних інтеракцій у соціальному житті (Ч. Р. Мілс, Р. Коллінз, І. Гофман, Г. Гарфінкель, К. Гірц) супроводжувалося обговоренням праць європейських інтелектуалів, осмисленням можливостей використання нових концептів для пояснення культурної динаміки суспільств. Саме ця креативність мислення, інструменти, розроблювані для нового, динамічного стилю аналізу

культури (генеалогічний аналіз, дискурс-аналіз, семіотичний аналіз, аналіз поля культури тощо), привертали увагу американських соціологів, хоча методологічна обґрунтованість, змістовне рішення емпіричних проблем радше викликало сумніви.

За часів панування структурного функціоналізму 1950–1960-х років у культурному аналізі використовували обмежений набір понять – «норми», «цінності», «вірування», «функції» тощо. Приваблювала їх придатність для операціоналізації в репрезентативних опитуваннях, проте результати часто виявлялися надто загальними, аісторичними й апроцесуальними. Не йшлося і про розкриття смислів культурних систем із перспективи герменевтичних, семіотичних підходів [Smith, 1998, р. 5; Александер, 2013, с. 69–70]. Адаптація європейських ідей на американському ґрунті сприяла становленню культуральної соціології з характерними для неї рисами. Багато в чому це можна пояснити, на думку Ф. Сміта, організацією і культурним етосом американської соціології, які відрізняють її від європейської континентальної традиції «високої теорії» (Ю. Габермас, М. Фуко, К. Леві-Строс), а також від британських культурних студій (С. Холл, Дж. Фіске, Л. Гросберг). Ці три напрямки є абсолютно різними [Smith, 1998, р. 7–9]. Ф. Сміт розкриває їх відмінності. По-перше, дисциплінарна приналежність – європейські науковці часто працюють у міждисциплінарному полі, публікують тексти для досить широкої аудиторії, виявляють активну політичну ангажованість, зацікавленість проблемами соціальних нерівностей, домінації та влади й у пов'язанні з расою, класом, гендером. Американська культуральна соціологія набагато тісніше пов'язана з предметною проблематикою, соціологічною традицією; зв'язки з іншими дисциплінами розвинені слабше. Актуальними є веберіанські та дюркгеймівські ідеї щодо релігії, символізму, ритуалів, соціальної структури, солідарності, харизми, що підтверджує дотримання дисциплінарних рамок. Орієнтирами часто є канонічні тексти, зокрема, К. Гірца (про бої півнів), Е. Шилза (про харизму), Р. Белла (про громадянську релігію). Рівень заангажованості в політичні проблеми, соціальні рухи є набагато нижчим. По-друге, ці відмінності щодо дотримання дисциплінарних рамок або міждисциплінарності втілені у формах самоідентифікації – назва «культуральний соціолог» є звичною для американського контексту, натомість у континентальній Європі це поняття практично не використовують. Прихильники британських культурних студій вважають, що вони займаються «культурними студіями», а не культуральною соціологією [Smith,

1998, р. 7–9]. Треба зазначити, що ідентифікація «культуральний соціолог» у Великій Британії поширюється, деякі науковці навіть сприймають проект культуральної соціології як англосаксонський [Back et al., 2012, р. 22–25]. У французькій соціології культури, за свідченнями відомої дослідниці Н. Енік, ототожнення науковців з «культуральною соціологією» не є популярними [Heinich, 2010].

Інша відмінність культуральної соціології – надання переваги емпірично уґрунтованим дослідженням середнього рівня, приділення більшої уваги не теоретизуванню, а тому, як культура «працює» в окремих специфічних сферах. Це пояснюють домінуванням англо-американської емпіричної традиції у формуванні академічної системи у Великій Британії та США, на відміну від філософського, літературного, дискурсивного стилю в європейській континентальній традиції.

Александр приділяє увагу методології культурального аналізу. Підхід культуральної соціології він називає «сильна програма», протиставляючи її «слабкій програмі» традиційної соціології культури. Саме поняття «сильна програма» відсилає до когнітивної соціології науки (Д. Блур, Б. Латур, С. Вулгар), згідно з якою методи соціологічного аналізу науки не відрізняються від дослідницьких підходів до таких феноменів культури, як міф, релігія, мораль. Наукові ідеї є культурними і лінгвістичними конвенціями, наука – різновидом мовної гри, що відображає колективні моделі діяльності з конструювання смислів [Александр, 2013, с. 60]. «Соціологія у своєму продукуванні та устремлінні до істини – це перформанс, що складається з мовних актів – символічних і конотативних тією мірою, якою вони є констатуючими і денотативними» [Александр, Рид, 2011, с. 9]. «Сильна програма» соціології науки наголошує радикальну необхідність відокремлення когнітивного змісту від природної, «об’єктивної» детермінації, детального аналізу процесів конструювання наукових пояснень. Дж. Александр вважає, що ці ідеї можна застосувати для розвитку культуральної соціології, та підкреслює, що «сильна програма» (радикальний культуралізм) означає фокусування досліджень на процесах соціального конструювання смислів, символічних процесах та їх «соціологізації». Він пропонує переглянути соціологічне *розуміння смислу в зіставленні з соціальною дією*, продовжити розроблення цих категорій для соціальних досліджень загалом [Alexander, 2007]. Можливість і необхідність виокремлення культуральної соціології базуються на тезі, що «...кожна дія, незалежно від того, наскільки інструментальною, рефлексивною

чи вчиненою під тиском вона є стосовно зовнішнього середовища, вбудована певною мірою в перспективу афектів і смислів» [Alexander, 2003, р. 12]. Останні утворюють внутрішнє середовище дії, яке формується культурою – символічними структурами щодо сакрального (добро) і профанного (зло), наративною телеологією, створюючи хронологічні уявлення і визначаючи драматичний сенс життя [Alexander, 2003, р. 15]. Це внутрішнє середовище, ідеальний ресурс дії, частково зумовлює, частково обмежує її, забезпечуючи і відтворення рутинного, й інновацію, тим самим і репродукуючи, і трансформуючи соціальну структуру. Осмислити, рефлексувати вплив цього внутрішнього середовища на дію загалом актор повністю не може.

Соціальні інститути так само мають ідеальну основу, що фундаментально зумовлює їх цілі та організацію. Отже, у традиційному підході культуру розглядають як залежну, слабку, амбівалентну змінну, «об'єкт» впливу, натомість для культуральної соціології вона є «незалежною змінною», яка має відносну автономію у формуванні дій та інститутів. Постулюють чітке аналітичне розрізнення культури і соціальної структури, тобто культурну автономію.

**Протиставлення культуральної соціології та соціології культури: основні позиції.** Подібність соціології культури і культуральної соціології – однаковий термінологічний апарат (цінності, символи, дискурси тощо), акцентування важливої ролі культури в житті суспільства і необхідності її вивчення, врахування «культурного повороту» як ключового моменту сучасної соціальної теорії – є, попри те, на думку Александера, вдаваною. Глибший аналіз показує принципові відмінності. Перша, як ми вже зазначали, – це акцентування в рамках культуральної соціології *відносної автономії культури від соціальної структури* і, навпаки, залежний, «м'який» її статус у традиційній соціології культури, який виходить з обумовленості культурних структур (ідеологій, надбудови) більш «реальними», об'єктивними чинниками. Александер пише про це вже у вступі до збірника «Культура і суспільство: сучасні дебати» (1990), намагаючись знайти спосіб відійти від структурного аналізу, від причинності в її традиційному розумінні, «зайти з іншого боку», з боку культури, її внутрішніх структур смислів. Як пояснював в інтерв'ю Александер, поняття «відносної автономії» культури пов'язане із впливом марксизму. Уже в «Теоретичній логіці» він посилається на працю Енгельса «Лист Блоху», де висловлено ідею відносної автономії надбудови щодо економічного базису [Cordero, Carballo, Ossandon, 2008].

Друга відмінність має методологічний характер і стосується *герменевтичної реконструкції* соціальних текстів (В. Дильтей), викорис-

тання «насиченого опису» (К. Гірц). Для «слабких програм» є характерним пов'язувати смисли з соціальною структурою, зводити дослідження до опису рефікованих цінностей, норм, ідеологій тощо. «Сильна програма» постулює необхідність реконструкції, своєрідного картографування культурних структур як соціальних текстів. Коди, наративи, символи створюють текстуальну мережу соціальних смислів. Для аналізу цього окремого аспекту соціального життя необхідне своєрідне «взяття в дужки» ширших несимволічних відносин (за аналогією з феноменологічною редуцією Гуссерля). Можна широко залучати ресурси літературознавчих, мистецтвознавчих досліджень, які розвиваються з часів «Риторики» Аристотеля і до наших днів: аналіз наративу, аналіз жанру, дискурс-аналіз, семіотичний аналіз тощо. Александр пропонує концепт «спіралі означення» (spiral of signification), підкреслюючи конструйованість символічних репрезентацій і мінливість культурних смислів [Alexander, 2003, p. 93].

Операції аналітичного вирізнення об'єктів культури та їх герменевтична реконструкція дають змогу перейти до наступного етапу – аналізу взаємовідносин культури з іншими соціальними силами в конкретних реаліях. Третя відмінність «сильної програми» – постулювання можливості встановлення *причинних залежностей* відповідно до критеріїв соціальних наук, визначення конкретних механізмів, на підставі яких «працює» культура.

**Місце смислових компонент у класичних і неокласичних концептуалізіях.** Для глибшого окреслення сутності «сильної програми» культуральної соціології її автори удаються до історичного екскурсу щодо місця культури в соціальній теорії та аналізу слабкостей у провідних напрямках її дослідження [Alexander, 2003; Александр, 2013, с. 65]. У класичний період елементи «сильної програми» можна знайти у працях Вебера, котрий вважав, зокрема, що прагнення до спасіння є культурною універсалією, тобто акцентував значущість смислів у динаміці світових цивілізацій. У соціології пізнього Дюркгейма йдеться про те, що вирішальну роль у соціальній інтеграції навіть модерного суспільства відіграють ідеали і вірування, духовно-символічна компонента. У працях молодого Маркса стверджується важливість об'єднання людей на основі не лише матеріальних, але і моральних, ідеологічних чинників. Але в більшості класичних концептуалізацій модерну наголошено, що капіталізм, індустріалізація, секуляризація, раціоналізація породжують у суспільстві аномію і егоїзм, розрізнених, відчужених індивідів, елімінують упорядковану ієрархію священного і профанного, характерну для традицій-

ного суспільства. Своєрідні спроби створити ширші смислові рамки, ресакралізувати сферу сенсів можна вбачати в ідеологічних системах комуністичних і фашистських суспільств.

У неокласичній соціології функціоналістська теорія Парсонса підкреслює важливість цінностей, центральність їх впливу на дію і соціальні інститути для нормального існування і розвитку суспільства. Але Парсонс не пояснює природи цінності самої по собі, він зводить аналіз лише до ролі цінностей, а не символічних систем як таких [Alexander, 2003, p. 16]. У його концепції інтерпретація обмежується лише інституціалізованими смислами, увага спрямована на те, як саме культура стає частиною реальних структур соціальних систем. Цінності є засобом обговорення центральних інституційних проблем (рівність – нерівність, повага до влади – критична поведінка тощо). Актор робить вибір у межах реальних альтернатив, актуалізуючи ціннісно-нормативні стандарти. Коли стандарт стає специфічною особливістю ролі актора, він інституціалізується. Отже, у функціональному аналізі сутність культурної системи та її внутрішні процеси випадають з поля зору внаслідок фокусування на інституціалізації культурних патернів через соціалізацію, матеріальні винагороди, підвищення статусу тощо. Дослідження смислів у рамках ціннісного підходу значною мірою залежать від поняттєвого апарату, розробленого суто для соціального аналізу. Працям Парсонса бракує герменевтичного заглиблення в соціальні тексти, отже, залишаються не проясненими символічні феномени (наприклад, ритуали, сакралізація, забруднення, метафора, міф, наратив, код). За функціоналістською логікою культурні форми настільки пов'язані з соціальними функціями та інституційною динамікою, що губиться можливість автономного існування культури в емпіричному світі, відбувається відмежування соціальних наук від методів гуманітарних наук [Александр, 2007, с. 20].

Як ми вже згадували, у 1960-і роки привабливість функціонального аналізу для американської соціології було вичерпано. У європейській соціології в цей період розвиваються підходи, за яких великої уваги приділяють інтерпретаціям соціальних текстів та аналізу дискурсивного характеру людської діяльності (К. Леві-Строс, Р. Барт, М. Фуко). На думку авторів «сильної програми», такі підходи залишилися надто абстрактними; вони, як правило, не можуть визначати причинну динаміку. У своїх вадах вони схожі на Парсонсовий функціоналізм. Проте вони створили теоретичний фундамент, надали герменевтичні ресурси для усвідомлення важливості автономії культури і розроблення «сильної програми».

*Сучасні дослідження культури в порівнянні з принципами культуральної соціології.* Аналізуючи «слабкі» програми в сучасній культурній теорії, Александер і Сміт спинаються на кількох підходах. Перший – підхід британського *Центру сучасних культурних досліджень* (Бірмінгемська школа). Інноваційність дослідників автори «сильної програми» пояснюють вдалим синтезом ідей текстуального аналізу соціокультурного життя з неомарксистським ідеями А. Грамші щодо культурної гегемонії, трактуванням культури як складника процесу класового панування у стратифікованих суспільствах. Поняття «класова свідомість», хоча й дістає визначення через культурні смисли, розміщують у рамках соціальної системи. Добровільне прийняття панівних ідей сприяє інтеграції суспільства. Отже, отримуємо теорію інституціалізованої культури в її марксистській формі. За висновком Александера, дослідники цієї школи дуже близько підійшли до «сильної програми» у спробах реконструкції соціальних текстів і смислів, але водночас недооцінювали роль автономії культури.

Другим підходом, розглядуваним у межах критики слабких програм у соціології культури, є теоретизування *П. Бурдьє*. Порівняно з Бірмінгемською школою з притаманною їй відсутністю дотримання чіткої процедури соціологічного дослідження підхід Бурдьє оцінюють як привабливіший у зв'язку з широким використанням емпіричних даних кількісного і якісного характеру. Такі праці, як опис кабільського будинку чи французького селянського танцю, свідчать про вміння декодувати культурні тексти, створювати «насичені описи». Незважаючи на ці переваги, доробок Бурдьє також характеризують як слабку програму в рамках соціології культури. «Культура, працюючи через габітус, діє радше як залежна, ніж незалежна змінна. Це коробка передач, а не двигун. Коли йдеться про те, як саме відбувається процес репродукції, Бурдьє висловлюється нечітко. Габітус виробляє відчуття стилю, зручності та смаку. Щоб знати, наскільки ці впливи стратифікації є чимось більшим, потрібне детальне вивчення конкретних соціальних умов, у яких ухвалюються рішення і забезпечується соціальна репродукція» [Alexander, 2003, р. 18]. Критично оцінено також розуміння взаємозв'язків культури і влади з боку Бурдьє, яке не задовольняє вимоги «сильної програми». Ідеї про те, що культурні ресурси відграють допоміжну роль для конкуренції соціальних груп у різних царинах, що домінантні групи намагаються мати свої культурні коди, які мали б сприймати як легітимні, на думку авторів, дуже нагадують підхід



Веблена до культури як до стратегічного ресурсу для індивідів, як зовнішньої умови дії. Водночас бачення культури як тексту, що в іманентний спосіб формує світ, відсутнє в підході Бурдьє.

Третій підхід, що вирізняється як «слабка програма», – це *праці Мішеля Фуко і пов'язані з ними постмодерністські та постструктуралістські теорії*. Александер і Сміт наголошують, що, незважаючи на яскравість і привабливість цих підходів, вони пронизані суперечностями. Ідеї Фуко, висловлені у працях «Археологія знання» і «Слова і речі», забезпечують підґрунтя для «сильної програми», пояснюючи, що дискурси діють у довільний спосіб, класифікуючи світ і створюючи формації знань. Емпіричне застосування з боку Фуко цієї теорії викликає повагу за використання великого масиву історичних даних із наближенням до реконструкції соціального тексту. Проте проблематичним, з погляду Александера, є генеалогічний метод Фуко, його наполягання на тому, що влада і знання сплавлені воедино як влада/знання. Результатом є редукціоністська лінія аргументації, подібна до функціоналізму, коли дискурси є гомологічними інститутам, потокам влади і технології [Alexander, 2003, p. 19]. Тісний зв'язок дискурсу з соціальною структурою не залишає місця для розуміння того, як автономна культурна сфера заважає або сприяє акторам в оцінках, критиці, наданні трансцендентних цілей, що структурують соціальне життя.

Ще один різновид «слабкої програми» становить *напрямок «виробництва і реценції культури»* в американській соціології культури (Р. Пітерсон). До його переваг відносять увагу до методичних питань, опору на емпіричні дані, відсутність теоретичної бравади, наполегливий пошук причинно-наслідкових зв'язків між культурою і соціальною структурою (докладніше в підрозділі 2.4). Головною вадою критики вважають спрощене бачення культурних процесів, зокрема, виробництво культурної продукції пояснюється інтересами авторів, еліт, інститутів. Отже, в центрі уваги перебувають питання влади, престижу, прагнення до отримання прибутку або ідеологічного контролю. Сприйняття культурних продуктів є детермінованим соціальним статусом (класова приналежність, раса, гендер тощо). Мета аналізу – не так пояснити вплив смислів на соціальне життя і формування ідентичностей, як відшукати соціальні обмеження для формування потенційних смислів. Самі смисли залишаються нерозкритими, своєрідною «чорною скринькою», а фокус перенесено на умови культурного виробництва і сприйняття [Александер, 2013, С. 78–79].

**1.1.2. «Сильна програма» культуральної соціології: основні принципи**  
*Концептуальне підґрунтя «сильної програми».* Спеціальної уваги заслуговує аналіз джерел і ключових постатей у царині формування «сильної програми» культуральної соціології. Авторитетним класиком у розвитку «сильної програми» є В. Дильтей. «Гуманітарні науки» – це звичний переклад «Geisteswissenschaften» (науки про дух) Дильтея. Він називав свою філософську позицію герменевтикою, підкреслюючи значущість інтерпретації порівняно зі спостереженням фактів. Інтерпретація посідає центральне місце в гуманітарних науках, бо внутрішнє життя є вирішальним чинником соціальної дії та колективної суб'єктивності. Дильтей вважав, що перебільшена концентрація на зовнішній, видимій оболонці людської дії порівняно з внутрішнім невидимим духом, а також упровадження таких понять, як об'єктивні сили і причини, є помилковими для гуманітарних наук, натомість їх метою є створення генералізованих моделей. Александер вважає, що ці глибоко оригінальні й суперечливі положення Дильтея систематично не сприймали в сучасних соціальних науках, між ними і гуманітарними науками зростала прірва. Повернення його ідей відбувається в 1960-70-і роки у працях Г.-Г. Гадамера, П. Рикьора, Ю. Габермаса, Ч. Тейлора, К. Гірца. Навіть застосування основ герменевтики демонструє, «як виклики суб'єктивності людини виправдовують перегляд базових принципів соціальної науки» [Александер, Рид, 2011, с. 7].

Однією з ключових постатей у формуванні «сильної програми» є К. Гірц. Вказується наполегливість Гірца у ствердженні гуманітарної природи соціальних наук та її інтерпретативного характеру, виступи не лише проти вкорінених дисциплінарних інтересів, але й проти позиції таких міждисциплінарних мислителів, як його вчитель Т. Парсонс, котрий є «невиліковним теоретиком». Як відомо, результатом розвідок Гірца є концепція культури як тканини, складного тексту, мережі смислів, що визначають дії, «м'яко» впливаючи на соціальне життя [Гирц, 2004]. Гірц визначає свою концепцію культури як семіотичну: «Поділяючи точку зору Макса Вебера, що людина є творінням, яке висить на сплетеному нею павутинні смислів, я приймаю культуру за це павутиння, а її аналіз – за справу науки не експериментальної, зайнятої пошуком законів, а інтерпретативної, зайнятої пошуком смислів. Виявлення і роз'яснення смислу – саме та мета, якої я хочу досягти, коли розглядаю на позір загадкові прояви соціального» [Гирц, 2004, с. 10]. Герменевтична

адекватність аналітики Гірца, його розуміння автономії культури вважають важливим джерелом кристалізації теоретико-методологічних засад «сильної програми». Як зазначає Александер, локальні знання вкорінені у всеосяжніших структурах смислів, отже, «насичений опис» Гірца виглядає як потужна реконструкція емпіричного світу, а не просто деталізоване спостереження [Alexander, 2008, p. 159].

Слід зазначити, що разом із тим Александер висловлює певні сумніви щодо можливостей «насиченого опису». Як саме, через які механізми відбувається вплив мережі смислів на соціальну дію, залишається, на його думку, не проясненим і культура набуває ознак трансцендентності [Alexander, 2003, p. 22]. Отже, вадою концепції Гірца є невідповідність третьому критерію «сильної програми» – встановленню каузальних зв'язків. Гірц наголошував, що саме деталізований опис локального здатен замінити теорію, суспільства треба прочитувати як тексти – вони містять у собі власні пояснення. На його думку, метою стає накопичення деталей і розроблення моделі культурного тексту, локалізованого в конкретних умовах. Александер закликає не зупинятися на герменевтиці партикулярного, а розвивати герменевтику універсального. Як саме це можна зробити?

Рух у напрямку побудови більш загальної теорії може забезпечити використання структуралістських підходів, а також пропонований у рамках «сильної програми» підхід «структурної герменевтики». У цьому плані особливо важливими для Александера є дві постаті: Е. Дюркгейм і Ф. де Сосюр. Александер говорить про значну і не випадкову подібність між ідеями Дюркгейма і де Сосюра [Alexander, 2003, p. 24]. Останній був присутній на лекції Дюркгейма в Сорбонні, про що пише Александер у вступі до праці «Соціологія Дюркгейма: культурні дослідження» (1988), припускаючи, що ідеї де Сосюра фактично мають дюркгеймівське коріння. Йдеться про інтерес обох науковців до побудови структуралістської теорії культури, ґрунтованої на баченні культурних формацій як символічних систем, полюсами яких є структуровані зв'язки між символами і сукупності практик. У Дюркгейма спостерігаємо символічні класифікації та ритуали-практики, натомість у де Сосюра – мову (*langue*) і мовлення (*parole*). У працях Дюркгейма та його учнів першого десятиліття ХХ століття знаходимо розуміння культури як системи класифікацій, що складається з бінарних опозицій (таких, як сакральне – профанне). У той самий період де Сосюр розробляє структурну лінгвістику, стверджуючи, що смисли генеруються

з відносин – подібностей і відмінностей, установлених між словами, між знаками лінгвістичної системи. Кілька десятиліть потому ці лінгвістичні та соціологічні підходи до класифікації продовжив Леві-Строс у новаторському дослідженні міфу, спорідненості та тотемізму. Іншим значущим джерелом натхнення для структурної герменевтики в рамках «сильної програми» є праці представників символічної антропології – М. Дуглас, В. Тернера, М. Салінса, в яких ідеї семіотики, структуралізму розвинуто в нових напрямках. Відіграли свою роль також постмодернізм і постструктуралізм.

Цей синтез є важливим засобом для розуміння автономії культури авторами «сильної програми». З огляду на те, що смисли є довільними і створюються в рамках системи знаків, вони мають певну автономію від соціальної детермінації. Наголос на складності внутрішньої структури культурних систем у семіотиці не дає змоги редукувати символічні коди до цінностей чи ідеологій, а останні, своєю чергою, – до механістичних компонентів соціальних систем. Культура стає структурою такою саме об'єктивною, як і будь-який матеріальний соціальний факт. Разом із тим Александер застерігає від однобічності семіотичного аналізу, коли культурні структури починають розглядати як детермінанти соціальних моделей [Александер, 2007, с. 26].

Важливим напрямком сучасних досліджень у культуральній соціології є спроби узгодити дві аксіоми «сильної програми» – текстуальність соціального життя й автономію культурних форм – із третьою вимогою, а саме з ідентифікацією конкретних механізмів, на підставі яких культура «працює». У пошуку відповідей щодо механізмів дії культури допомагає американська традиція прагматизму й емпіричних досліджень. Європейська традиція відрізняється трактуванням культури і причинності. Мислення в поняттях змінних не є настільки популярним, більшу увагу приділяють взаємопов'язаності культурного, матеріального і соціального, ніж їх аналітичному розрізненню. Такий стиль дискурсу пояснює фрустрацію, яку часто відчувають американські науковці та студенти, читаючи праці європейців, на кшталт Фуко, Леві-Строса, коли окремі «змінні» та лінії причин і наслідків часто неможливо ідентифікувати. Цей тип письма характерний і для таких мислителів, як Маркс, Дюркгейм і Вебер [Smith, 1998, p. 9].

Натомість американський прагматизм породжує такий різновид дискурсу, де поцінують ясність, де вважають, що складні мовні ігри можна звести до простих констатацій, де стверджують,

що актори мають відігравати певну роль у втіленні культурних структур у конкретні дії та інститути. Александер знову-таки підкреслює, що в його розумінні культурні структури не детермінують, а радше «інформують» соціальні дії поряд з іншими рівнями структуривання і непередбачених, контингентних обставин. Саме в цьому сенсі важливим є синтез структуралізму і прагматизму.

Окрему увагу звернено і на активне використання представниками культуральної соціології можливостей теорії наративу і жанру, зацікавленість якими характерна для сучасної філософії, історії, літературознавства (П. Рикьор, Ф. Джеймісон, Х. Уайт та ін.). Текстуальне тлумачення соціальних явищ, використання герменевтичних і семіотичних підходів, можливості розроблення формальних моделей для порівняльного та історичного аналізу є дуже привабливими. Наприклад, такі жанри, як мелодрама, трагедія чи комедія, можна розуміти як «типи», «програвання» котрих зумовлює особливі наслідки в соціальному житті. Політичні події, подані як трагедія або як п'єса моралі, сприймаються по-різному і викликають різні емоційні реакції в соціумі.

**Дискусійні питання проекту культуральної соціології.** Треба підкреслити, що проект культуральної соціології активно розвивається і цей розвиток супроводжують постійні обговорення в колі колег Александера і зацікавлених цією проблематикою дослідників різних країн. Такі обговорення, звісно, є корисними і допомагають прояснити основні позиції, ключові проблеми підходу. Так, деякі критики вважають підкреслення важливості сфери культури, символічних структур у соціальному житті перебільшенням і ухилом в ідеалізм [McLennan, 2005]. На це Александер відповідає, що його важко звинуватити в недооцінюванні матеріального – він постійно цікавився теоріями диференціації та дедиференціації (Дюркгейм, Парсонс, Луман), які дають аналітичний доступ до об'єктивних аспектів соціальності. Разом із тим він критикував ці підходи за їх ухил до телеології та абстрактності, за акцентування «системності» і недооцінку емерджентних інтересів (ідеальних і матеріальних) соціальних груп [Alexander, 2005b]. На його думку, необхідно концептуалізувати процеси диференціації та дедиференціації як результат контингентно пов'язаних інституційних структур і ситуативних групових інтересів. Отже, ця критика ідеалістичних основ теорії диференціації ясно показує позицію культуральної соціології в цьому питанні. На емпіричному рівні зацікавленість «реалістичними» (а не «ідеалістичними») проблемами подана в дослід-

женнях таких проблем, як соціальні конфлікти, суперечності, домінування тощо. Емпіричні розвідки показують, що умови, які діють зовні, поза власними культурними конструкціями акторів, здатні створювати нездоланні бар'єри для реалізації певних ідей. Проте претензії «реалізму» щодо існування гомологічного зв'язку між ментальними репрезентаціями і зовнішніми структурами є необґрунтованими.

Значущість культурного виміру Александер доводить не лише на рівні інституційного аналізу, а і на метатеоретичному рівні, розглядаючи реалізацію соціальної дії на перетині внутрішнього середовища (особистість і культура) і зовнішнього матеріального середовища (економіка, політика тощо). Цей концепт багатовимірності побудовано на перепрочитанні Дюркгейма, Дильтея і Парсонса (частково) з критикою за їхні ухили в ідеалізм, та Маркса і Вебера (частково) за їхні ухили в матеріалізм [Alexander, 2005b]. Отже, метатеоретичні зусилля спрямовано на відхід від дихотомій, властивих класичній і сучасній соціології, зокрема, за рахунок інкорпорації культури як автономної сфери до соціальної теорії.

Інша проблема, яка змушує замислитися після прочитання праць Александера і його колег, – суперечливість методологічних засад. Шлях поєднання структурного аналізу з інтерпретативними підходами є доволі складним. Саме поняття «структурна герменевтика» може викликати здивування, бо поєднує підходи, які традиційно вважають протилежними, – структурний і розуміючий, герменевтичний, на що й указують деякі критики [Alexander, 2005a]. Ці проблеми – сходження від одиничних фактів спостережень до теоретичних узагальнень, ідіографічний vs номотетичний аналіз – дискутуються дуже давно в колі прихильників і противників якісних підходів.

Сам Александер у своїх відповідях на критичні зауваження формулює декілька таких дихотомій, важливість урахування яких він усвідомлює і прояснює в такий спосіб теоретико-методологічні засади пропонованого підходу.

Перша з них – це «*універсальне-партикулярне*», яка виявляється на методологічному рівні у відмінності дослідницьких підходів. Унікальність одиничного випадку потребує його монографічного, насиченого, герменевтичного опису, натомість рівень виявлення універсалій передбачає теоретичні генералізації. Можливість такого синтетичного бачення, переходу від унікального до загального доводять талановиті дослідники, наприклад, К. Гірц, але більшість кейс-

стаді насправді залишаються фіксацією особливостей окремих розрізнених випадків. Александер наголошує на необхідності такого аналізу, який давав би можливість побудувати *відносно універсальну матрицю понять*, а не зупинятися на серії кейс-стаді. На його думку, теоретична валідність такого аналізу полягає в тому, що з його релевантністю погоджуються інші науковці, спеціалісти в цій проблематиці. Александер вважає, що і його емпіричні розвідки треба оцінювати за цим критерієм [Alexander, 2005a].

Власне, він вимушений для обстоювання своєї позиції йти тим самим шляхом використання постпозитивістської термінології (обґрунтованість, науковість, достовірність), що й інші прихильники якісних підходів: «Я виступаю проти розуміння інтерпретативної реконструкції як релятивістської, ідіографічної, ідеалістичної чи ненаукової» [Alexander, 2005a]. Автори якісної технології аналізу даних (grounded theory) А. Штраус і Б. Глейзер у 1960-і роки теж мали доводити «науковість» свого підходу, тобто відповідність якісних інтерпретацій тим канонам, які утвердилися в соціології стосовно об'єктивістських, кількісних досліджень. Якщо й досі ця проблема залишається нероз'язаною, то, мабуть, її лише силою переконання не подолати, хоча зусилля в цьому напрямку є корисними в будь-якому разі.

Александер звертає увагу й на такий важливий момент – досвід самого дослідника не є повністю унікальним та ідіографічним, його інтерпретативні зусилля спираються на теоретичні традиції, тобто на узагальнення колективного наукового досвіду, і тяжіють до універсальності, апартикулярності. Ці узагальнення не є уніфікованими, вони можуть бути внутрішньо суперечливими, спиратися на ту або ту наукову традицію. Так, доводить Александер, суперечність між універсальним і партикулярним властиве будь-якій інтерпретації, неважливо, усвідомлює це науковець або ні.

*Опис чи пояснення?* Наступний закид, який звичайно отримують інтерпретативні реконструкції з боку представників «об'єктивних», «реалістських» підходів, – як оцінити їх цінність, як довести, що це справді пояснення, а не просто опис. Якщо культуральна соціологія не пропонує пропозиціональних стверджень, то цей аналіз не можна ні спростувати, ні підтвердити [McLennan, 2005, p. 6]. У відповідь на це звинувачення Александер указує, що структурна герменевтика не є описом, вона продукує реконструкції смислів, соціальної дії та соціальної структури. «Ми пропонуємо альтернативу бравим одиноким соціологам, що “спостерігають” і “проводять тести”,

мають справу з оголеною емпіричною чи онтологічною реальністю глибоких структур, що тиснуть. Емпіричне вивчення суспільства означає комплексне подвійне читання. Соціальні актори “читають” реальність, рухаючись прагматично у своїх смислових системах; ми “читаємо” їх і в намаганні проникнути в їх внутрішні уклади використовуємо свої смисли. Якщо це вдається, то ми отримуємо начала соціологічного пояснення» [Александр, Рид, 2011, с. 12].

Ці пояснювальні реконструкції передбачають можливості обґрунтованої критики і застосування теоретичних і емпіричних стандартів оцінювання. Інтерпретації ґрунтуються на міцних теоретичних засадах щодо природи і взаємопов’язаності символічних форм і зв’язків цих форм із соціальним життям. Культуральна соціологія ставить за мету ідентифікацію індивідуальних і колективних акторів як агентів, ураховує роль соціальних ієрархій та інститутів і вказує на соціальні причини. Можливо, ці наукові пояснення перебувають під впливом смислових структур нашого історичного часу, але навряд чи можливо вийти з-під їх впливу [Alexander, 2005b].

Це питання заторкує й М. Емірбаєр, указуючи, що Александр розглядає причинність як зв’язок культурних форм з акторами та інститутами, але не завжди показує конкретні та ясно окреслені причинні механізми, які можна використовувати в подальшому. Винятком є два його есе: про Уотергейт (1988), де він презентує набір таких механізмів (сакралізація, забруднення й очищення), і есе про соціальне конструювання морального універсалізму (2001), де обговорено такі каузальні процеси, як символічне розширення й емоційна ідентифікація; кодування, зважування і нарація; метонімічна й аналогічна асоціації [Emirbayer, 2004, p. 11].

Інший дискусійний аспект побудов у річищі структурної герменевтики – *синхронія vs діахронія аналізу*. Дотримуючись засад структуралістських підходів, культуральна соціологія може перебирати на себе їх вади, тобто зосереджуватися на синхронії та стабільності культурних структур. Утім, Александр відкидає такі звинувачення і вважає, що його завдання якраз і полягає в тому, щоб синтезувати підходи до аналізу соціальних смислів, поєднати переваги структуралізму, семіотики і герменевтики з історичністю, з урахуванням темпоральності та контекстуальності соціального життя. Він характеризує свій підхід як порівняльний та історично контекстуалізований насичений опис [Alexander, 2005a]. Як попередника він указує М. Салінса, котрий у своїх працях приділяв увагу динаміці історичних процесів, ритміці соціального і культурній обумовленості цих



ритмів. Не слід забувати і про наголошення Александером на принципі контингентності соціальної дії (на теоретичному рівні) та можливості впровадження елементів історичної контингентності до емпіричного аналізу.

Певним спасінням від вади синхронії є використання наративного аналізу, трактування наративу як цілісної концептуальної одиниці. Александер вважає, що «сильна програма» фокусується на суперечливих соціальних наративах, які рухаються в часі та просторі. Наративи є засобами, що допомагають набувати темпоральної форми культурним конструктам. Класичний приклад – лінійний та апокаліптичний наратив спасіння М. Вебера [Alexander, 2005a, p. 10]. Серед емпіричних праць Александера, ґрунтованих на наративному аналізі, можна назвати, зокрема, розкриття теми Голокосту (аналіз таких форм, як наратив «прогресу» і наратив «смерті»), особливості аргументації інтелектуалів [Александер, 2013]. Отже, наративна теорія слугує сполучною ланкою між «насиченим описом» Гірца і рухом у напрямку побудови загальної культурної теорії.

Наративи репрезентують небінарний тип структурної логіки [Скокова, 2003]. Разом із тим культуральні соціологи широко використовують *принцип бінарізму*, характерний для структурного аналізу. Протиставлення на кшталт «сакральне – профанне» пронизують емпіричні розвідки Александера [Александер, 2013, с. 472–504]. Він пояснює, що спирається не так на класичний структуралізм, як на загально-теоретичні знання щодо реляційної організації одиниць мови й одиниць культури у відносинах відмінності та подібності. Розуміння реляційної конструйованості смислів поширене в культурній теорії, лінгвістиці. Багато мислителів – від М. Вебера (з його розрізненням цього і потойбічного світу) до К. Леві-Стросса, Р. Барта, М. Дуглас – широко використовували бінарні протиставлення. Александер підкреслює, що для нього є важливим і такий момент, як навантаженість бінарних кодів моральними й афективними властивостями, які метафорично і частково емпірично можуть бути описані в поняттях сакрального і профанного [Alexander, 2005a]. Тут наголошено використання ідей пізнього Дюркгейма, пов'язання його аналізу примітивних релігій і впливу сакрального на сучасну людину. Отже, бінарні опозиції, скеровані на відрізнення сакрального від профанного, трактовано як впливовий механізм структурування культурних смислів (див. докл.: [Куракин, 2011]). Власне, ці поняття є важливими й в іншому проекті Александера і його колег – культурній прагматиці.

### 1.1.3. Культурна прагматика як складова культуральної соціології

Концепція культуральної соціології набула подальшого розвитку у праці «Соціальний перформанс: символічна дія, культурна прагматика і ритуал» [Social Performance, 2006]. Основні ідеї цього підходу викладено у вступі під назвою «Символічна дія в теорії та практиці: культурна прагматика символічної дії», першому розділі «Культурна прагматика: соціальний перформанс між ритуалом та стратегією» і есе щодо впливу перспективи Дюркгейма на перформативний поворот у соціальних науках, яке завершує цю книгу. Більшість інших розділів є тематичними дослідженнями певних соціальних явищ через призму соціального перформансу [Скокова, 2012a].

Автори вступу підкреслюють, що за аналогією з відомою ідеєю нерозривності теорії та практики в соціальному житті культурна прагматика має поєднувати культуру і практику, тобто вимір соціальної дії та вимір культурних структур з їх символічністю і текстуальністю. Без цього синтезу бачення буде спотвореним, як у разі концентрації лише на рівні практик (наприклад, П. Бурдье, Е. Свідлер), так і в разі спрямованості лише на герменевтичні реконструкції (В. Дильтей, П. Рикьор). Цю обумовленість дій символічними структурами демонструють і соціальні актори, коли у своїх орієнтаціях на інших поводять себе, як на сцені, вибудовуючи (не завжди усвідомлено) свою лінію поведінки відповідно до усталених у культурі жанрів, кодів, наративів тощо в пошуках відповідної реакції, розуміння, відгуку своєї аудиторії.

Розглядаючи джерела свого бачення, автори вирізняють праці відомого американського літературознавця Кеннета Бьорка, який ще в 1940-і роки запровадив поняття символічної дії. Його ідеї вплинули і на К. Гірца, і на І. Гофмана, які розвивали їх далі, кожен у своєму ключі. Пізніше, в рамках культурного повороту, більше уваги приділено вивченню смислів, смислових структур з акцентом на потужності їх впливів на соціальне життя. Проте увага до дії зменшується, залишається не розкритим (операціонально) її нерозривний зв'язок із культурою. Отже, необхідно рухатися вниз — від метатеоретичних узагальнень до побудови моделей і емпірично обґрунтованих пояснень. Наголошено, що «сильна програма» культуральної соціології розглядає смисли як тексти, вивчаючи їх *синтаксис* і *семантику* (за допомоги аналізу кодів, наративів, метафор, цінностей тощо), натомість культурна прагматика націлена на прояснення *відносин* між культурними текстами й акторами в повсякденному житті [Social Performance, 2006, p. 2]. Саме на систематичному опрацюванні схеми понять-медіаторів, які б дозволили поєднати

метатеоретичні узагальнення щодо «структури/агентності» з емпіричними фактами, закликають зосередити зусилля автори. Отже, культурна прагматика має вийти за рамки поділу структуралістських і прагматичних підходів, у результаті чого з'явиться можливість по-новому поєднувати смислові структури, контингентність, владу, і матеріальність. Матеріальність практик, на думку Александера, має бути замінена більш багатовимірним концептом *перформансу* [Social Performance, 2006, p. 29].

У зв'язку з цим, зокрема, розглядають питання вирізнення критеріїв успішного перформансу. Одним із них є *вдалість* (felicitous) – поняття, що використовує Джон Остін. Як відомо, саме він розробив концепт перформативного мовного акту [Остін, 1999]. Перформативне висловлювання, на відміну від констативного, слугує інструментом здійснення певної дії, в потенціалі може реалізувати свій смисловий зміст у конституюванні соціальної реальності. Для оцінки успіху в реалізації цих намірів Остін і пропонує критерій вдалості/невдалості, а не істинності мовного акту. Проте, на думку Александера, Остін (як і І. Гофман) зупинився на дослідженні інтракційних, ситуативних контекстів, не враховуючи контексти культурні, зміст знаків, на які спирається промовець. Зміст знаків є довільним (Сосюр) і зрозуміти їх сенс можна лише в системі їх співвіднесення – метафоричних, метонімічних тощо – з іншими знаками. Ці системи (мови, культури) є символічними структурами, які ми сприймаємо нерелексивно, як природні. Відповідно, соціальну дію, якщо аналітично тлумачити її як перформативну, можна оцінювати з точки зору вдалості. Отже, умови вдалості, разом із способами і контекстом, є важливими для інтерпретації перформансу. Успіх, удаість залежать від вмілого врахування тих дискурсивних кодів, смислів культурних структур, які структурують когнітивне середовище, в якому й розгортається мовлення, програвання дії (перформанс). Для пояснення соціальної дії необхідно використовувати здобутки герменевтичних, постструктуралістських і прагматичних теорій смислу. Культурна прагматика, наголошують автори, стверджує, що культурні практики фундаментально взаємозалежні з символічними структурами, водночас і практики, і структури смислу в аналітичних цілях мають бути концептуалізовані як автономні одиниці аналізу [Social Performance, 2006, p. 5].

Інший важливий момент для розуміння концепту соціального перформансу – це проблема *реальне/штучне* (конструйоване). Власне, вона відома з давніх часів і сформульована у класичних рядках – «Весь світ – театр, а люди в нім – актори». Приклади таких «постанов», «вистав» у різних країнах та їх презентація засобами мас-

медіа широковідомі (похорон принцеси Діани, перший приїзд Папи Яна Павла II до Польщі, весілля спадкоємця британського престолу тощо). Багато таких подій було проаналізовано, зокрема в соціології масової комунікації, в рамках конструктивістського підходу. Хоча штучність, конструйований характер багатьох подій і поведінки їх головних героїв є зрозумілими, ці постаті та події можуть ставати іконічними, знаковими репрезентаціями усталених культурних форм [Александр, 2014]. Тоді критичні констатації щодо втрати реальності та підміни її гіперреальністю, насиченості нашого життя симулякрами (Бодрияр) є певного роду тяжінням до есенціалістських способів бачення відмінностей між реальним і штучним. Водночас культурна прагматика підкреслює історичну і культурну специфіку балансу між сприйняттям реального як аутентичного і засобами репрезентації. Аутентичність є інтерпретативною категорією, а не онтологічним станом. Статус аутентичності є контингентним, його досягають (або ні) у процесі соціального конструювання. Штучно побудований характер символів не робить їх менш реальними і впливовими. Автори не погоджуються з ідеями щодо когнітивних основ сучасних перформансів, і акцентуванні на питаннях контролю і маніпуляції еліт за допомоги замовних сценаріїв. Ці «прописані» сценарії так чи так використовують ресурси культурних структур й їх успішність залежить від ступеня афективності, емоційної залученості глядацької аудиторії.

Далі Александр аналізує, як елементи його концептуальної моделі – колективні уявлення, актори, засоби символічного виробництва, мізансцени, влада й аудиторії – взаємодіють у виконанні, програванні сучасних соціальних реалій. Успіх перформансу залежить від його здатності «переплавити», злити воєдино всі елементи (*re-fusion*). Досягнення «фузії» – сплаву, злиття, синтезу – відбувається тоді, коли аудиторії ідентифікують себе з акторами, відбувається вдала трансляція культурних смислів і успішна комунікація, культурні сценарії сприймаються правдоподібно через використання ефектних мізансцен. Невміння переконати, штучність, слабка режисура, роз'єднаність елементів призведе до невдалого перформансу. Чим простішою є колективна організація, тим менше її соціальні та культурні сфери сегментовано і диференційовано, тим краще сплавлені елементи соціального перформансу. Ці елементи тим більше роз'єднуються (*de-fused*), чим складнішими, більш диференційованими, сегментованими і фрагментованими стають суспільства.

У традиційному суспільстві важливу роль у досягненні колективної ідентифікації, солідарності відігравали ритуали [Дюркгайм, 2002; Тэрнер, 1983; Дуглас, 2000]. Перехід до модерніти означає

раціоналізацію, бюрократизацію всіх сфер життя. Раціональні способи комунікації — переговори, узгодження тощо — не завжди досягають мети соціальної інтеграції, конфлікти і дезінтеграція є поширеними явищами. Раціональність публічної сфери (Габермас) не завжди виправдовує сподівання. Сучасні суспільства є секуляризованими, разом із цим вони, як і раніше, насичені сакральними дискурсами. Власне, автори культурної прагматики преферують говорити про діалектику сакралізації та секуляризації: соціальні інститути продовжують триматися на фундаментах культурних смислів, розроблення акторами стратегій поведінки відбувається в рамках інституційно сегментованих бінарних кодів. І в модерному суспільстві, незважаючи на його секуляризацію, продовжують існувати культурні практики, подібні до ритуалів (*ritual-like*). Вони пронизують усі рівні суспільного життя, від макро- до мікрорівня, до них залучені як окремі індивіди, так і колективи. До речі, цю здатність ритуалів поряд із міфами, традиціями створювати систему колективних почуттів, а також формувати схеми соціальної поведінки і дії, детально проаналізовано й у працях інших сучасних авторів [Бурлачук, 2002; Вульф, 2009; Чудовська-Кандиба, 2010].

Александр визначає *культурний перформанс* як соціальний процес, у якому актори, індивідуально або спільно з іншими, демонструють певній аудиторії смисл своєї соціальної ситуації. Ця постановка не обов'язково збігається з їхнім суб'єктивним баченням ситуації, вона радше націлена (усвідомлено або не усвідомлено) на створення враження, трансляцію іншим бажаного смислу [Social Performance, 2006, p. 32].

**Основні елементи перформансу.** Елементами багатошарових систем колективних репрезентацій є *сценарії переднього плану* (авансцени) і *фонові символи*. Сценарії переднього плану треба розуміти як конститутивні для безпосереднього референційного тексту вистави, натомість фонові символи пов'язані з генералізованими уявленнями про фізичні, природні та космологічні світи, в яких живуть актори і глядачі. Обидва типи символів структуровано наративами, які надають їм темпорального виміру, і кодами, що дозволяє використовувати різноманітні риторичні прийоми в намаганні досягти когнітивного й емоційного відгуку аудиторії. Зміст цих символічних систем може бути будь-яким: від стародавніх міфів до героїв або фраз із класичних кінокомедій, від усім відомих сюжетів історії до вигаданих спічрайтерами чи журналістами обставин і подій.

*Актори.* Логіка перформансу відрізняється від логіки тексту. В перформансі текст має заговорити, його треба «зіграти», і бажано переконливо. Відповідно, потрібні «талановиті» актори, здатні пере-

втілюватися у своїх героїв (самі ж вони суб'єктивно можуть усвідомлювати, що лише «грають»). Переконати свою аудиторію можливо, лише викликавши в неї під час вистави відповідні емоції, що базуються на конвенційних моральних засадах.

*Спостерігачі/аудиторія.* Аудиторія декодує закодовані послання перформансу, але робить це в різні способи. Для успіху є бажаним досягнення психологічної ідентифікації аудиторії з тими характеристиками, які їм демонструють актори. Це не завжди вдається, заважає може розсіювання уваги, відволікання, відсутність зацікавленості, а також соціальні чинники – відмінність статусів, вимушений перегляд, втручання критиків тощо. Сприйняття інформації лише на пізнавальному рівні, без емоційної залученості та переймання закодованих у виставі моральних принципів призведе до нереалізованості потенціалу перформансу. Так, аналізуючи президентську кампанію 2008 року в США, Александер зазначає, що «...боротьба за те, щоб забезпечити поєднання оратора й аудиторії, щоб пов'язати членів громадянського суспільства завдяки “вдалій виставі” – ось сутність демократичної боротьби за владу», відповідно цей процес потребує перевизначення в категоріях смислу [Александер, 2008, с. 75].

*Засоби символічного виробництва.* Об'єкти, речі, певний фізичний простір, засоби комунікації – все це допомагає створити виставу, зробити її реалістичнішою. До то ж об'єкти можуть слугувати іконічними репрезентаціями, допомагаючи увиразнити і підкреслити ключові ідеї дійства.

*Мізансцени.* Отже, все і всі наготові, настає час і місце розігрування акторами тексту перед аудиторією. Тут важливе і розташування акторів, і гармонійне поєднання звуків, жестів, реквізиту, декорацій, тобто всі відомі зі світу театру естетичні вимоги до гри на «сцені». Для вдалої постановки, як правило, потрібні такі постаті, як режисер і продюсер.

*Соціальна влада.* Звісно, що на перебіг перформансів суттєво впливає розподіл політичної, економічної, інтерпретативної влади в суспільстві, відносини між елітами. Від цього може залежати сама можливість перформансів, втручання в їх зміст, склад акторів, регулювання аудиторій, визнання їхньої легітимності, надання повноважень їх інтерпретації.

Вирізнення автономних елементів перформансу, кожен із яких є необхідною, але не достатньою його умовою, дозволяє, на думку Александера, забезпечити основу для інтерпретативної реконструкції смислів перформативних дій, вибудовуючи тим самим модель причинності. Далі, розвиваючи свою аналітичну модель, він указує,

що в умовах ускладнення і сегментації соціальної структури і культури, елементи перформансу стають диференційованими, відокремленими не тільки аналітично, але й в емпіричному вимірі. Виявлено такі ознаки роз'єднання, недосягнення фузії серед елементів перформансу – відсутність злиття текстів переднього плану і фонових колективних уявлень; відчуження засобів символічного виробництва від маси соціальних акторів; відмежування еліт, які виконують центральні символічні дії, від масової аудиторії [Social Performance, 2006, р. 45]. Таким чином, культурно-прагматична перспектива дозволяє розробляти макромодель соціальної дії як культурного перформансу, поєднувати вимір генералізованих культурних структур і рівень культурних практик.

Отже, культуральна соціологія як окремий теоретико-методологічний підхід (проект), стиль теоретизування і здійснення досліджень «середнього рівня» пропонує переосмислення традиційних теоретичних підходів, сміливі комбінації структуралістських, постструктуралістських, перформативних, прагматичних, герменевтичних ідей, розробляє оригінальну вокабулярій і способи дослідження культурних процесів у сучасних суспільствах. Цей проект принципово не є закритим, він активно залучає нові ідеї щодо ролі іконічності, перформативності, матеріальності, реляційності в соціальному житті, чим і приваблює увагу дослідників культури. Проект культуральної соціології є міжнародним, розвивається не лише в американській соціології, а й в інших країнах. В американській соціології триває його інституціоналізація [див. про попередній етап інституціоналізації: Танчер, Скокова, 2009], зокрема, з 2013 року виходить нове видання «American Journal of Cultural Sociology». Періодично друкуються збірники колективних праць, які дають уявлення про останні пошуки в цьому річищі. 2011 року вийшов збірник «The Oxford Handbook of Cultural Sociology», розділи якого присвячені методології вивчення культури, а також предметним доменам (економіка, політика, медіа, раса й еміграція, релігія, соціальні рухи, травма, події, матеріальність, знання, розглянуті через призму культури). Цей перелік підтверджує, що культуральна соціологія є аналітичною перспективою досліджень будь-якої соціальної сфери. Бачення культури як цілісної, узгодженої системи цінностей, символів і смислів залишається в минулому, її уявляють радше динамічною, як потоки, контингентні констеляції смислів і дискурсивних утворень; увагу спрямовують на процеси створення смислових ланцюгів, культурних структур у конкретному часо-просторі, у зв'язку з конкретними подіями і культурними практиками. Більшої уваги приділяють когнітивним процесам класифікації, категоризації, оцінювання і пов'язаним із ними діям.

У центрі уваги, на думку дослідників підходу, – три елементи культурного процесу: дискурсивні утворення і процеси формування смислів (meaning-making), практики, а також інституціалізоване виробництво культури. Стає зрозумілим, що процеси утворення смислів не можна редукувати до індивідуального рівня, їх трактують трансіндивідуально. Вивчення питань домінації, влади, нерівності зосереджено на їх опосередкуванні дискурсом [Jacobs, Spillman, 2005].

Розроблення й уточнення кола ресурсів середнього рівня (middle level resources) вважають найважливішим внеском у «сильну програму» [Alexander, Smith, 2010]. Серед центральних концептів (інтелектуальних інструментів), які було розвинено в рамках культуральних досліджень двох останніх десятиліть, автори вирізняють такі їх кластери: колективна свідомість, громадянське суспільство, соціальні рухи, мас-медіа, публічні висловлювання, цивільна сфера; дискурси, бінарні опозиції, культурні коди та їх дія в різних доменах – громадянське суспільство, політичні режими, повсякденне життя; розгортання, поширення, оспорювання наративів у публічній сфері як проявів нюансованої та герменевтичної специфіки конкретних умов і суперництва різних сил; культурна прагматика і пов'язані з нею концепти – сценарії, злиття, мізансцена, фонові уявлення, засоби символічного виробництва, які пояснюють соціальну динаміку, моделі соціальних дій і проектів; культурні травми через призму смислів, які орієнтують травматичний досвід, конструюють нові колективні ідентичності, визначають майбутні дії та події в соціальному житті; іконічний досвід як багатовимірне бачення соціальної матеріальності, переплетіння чуттєвості поверхні естетичного з різними соціальними смислами, фоновими сценаріями, які встановлюють моральні й інтелектуальні глибини об'єкта [щодо останньої теми див. докл.: Александер, 2014; Симонова, 2010]. Британські представники культуральної соціології вирізняють такі основні теоретико-методологічні аспекти в аналізі повсякденних ландшафтів культурних процесів: урахування взаємодій глобального і локального, глибинного і поверхневого; увага до відношення інсайдер/аутсайдер у процесі дослідження [Back et al., 2012, p. 32–35].

Відбувається залучення концептів культуральної соціології до практики вітчизняних дослідників – вивчення дискурсивного етосу цивільності в концепції громадянського суспільства Дж. Александера [Степаненко, 2015, с. 146–158], розгляд перформативності та сфери громадянського суспільства [Соболевська, с. 139–146], культурної травми [Соціокультурні ідентичності та практики, 2002, с. 62–66; Тягло, 2010; Шульга, 2016], дискурсу українського громадянського суспільства [Бурлачук, 2018], аналітичних рефлексій щодо перспектив смислу [Смислова морфологія, 2012, с. 13–88] тощо.



## **1.2. Практико-теоретичні підходи як основа розуміння культурних практик**

### **1.2.1. Етапи розвитку практико-теоретичних підходів у соціології**

Поняття «практики» розробляють і активно використовують у багатьох сучасних академічних дисциплінах – філософії, теорії культури, культурній антропології, соціології, культуральній історії, культуральній географії тощо. В основі цього інтересу з часів його виникнення лежить намагання виходу за рамки усталених дихотомій стилю наукового мислення (суб'єкт – об'єкт, структура – дія, індивідуалізм – холізм, мікро – макро). Практико-теоретичні підходи в соціології, в тому числі соціології культури, останні півстоліття пов'язані з пошуками концептуальних інструментів, які здатні краще пояснити мінливі, рухливі і одночасно стабільно-відтворювані реалії повсякденного життя, знайти ті одиниці соціального аналізу, які були б одночасно близькими до повсякденного досвіду діяльності (етнометодів) звичайних людей і тих соціальних (культурних) механізмів, які утримують життя людей разом у всьому його розмаїтті. Треба сказати, що різні теоретичні підходи до трактування концепту «практики» і його ролі в соціальному аналізі, наявність близуких до теорій практик реляційних, прагматичних підходів, «матеріальних» студій, а також розвиток практикоорієнтованих підходів у дисциплінах і субдисциплінах «середнього рівня», робить це поле насиченим і комплексним, породжуючи необхідність спроб картографування його сучасних станів.

Представниками теорій практик у сучасній соціології вважають передовсім П. Бурдьє, Е. Гідденса, Г. Гарфінкеля, М. Фуко, Н. Еліаса, М. Серто та ін. До осмислення і використання підходів цих авторів в контексті розвитку соціологічної теорії, аналізу станів і напрямків трансформації українського суспільства неодноразово зверталися вітчизняні соціологи [Королько, Танчер, 1994; Суспільна трансформація, 2004; Соціологічна теорія, 2007; Соціологія, 2008; Стиль життя, 2008; Общество без доверия, 2014; Соціально-психологічні чинники, 2016; Теоретики світової соціології, 2015]. В даному випадку концепції Е. Гідденса, П. Бурдьє та інших теоретиків розглядаються з точки зору їх місця у становленні і розвитку практико-теоретичних підходів. З початку 2000-х років у соціальних науках дедалі частіше почали говорити про «поворот до практик», корпус теоретичних розвідок, прикладних досліджень у цій царині став

зростати швидкими темпами. Постає необхідність у виявленні нових тенденцій у розвитку теорій практик і розгляду потенціалу й особливостей цих підходів для соціологічного аналізу культурної та соціальної динаміки сучасних суспільств.

Філософським підґрунтям теорій практик вважають феноменологію й аналітичну філософію, а саме праці М. Гайдеггера, Л. Вітгенштейна, інших представників аналітичної філософії – Г. Райла, М. Полані [Schatzki, 1996; Schatzki, 2001; Rouse, 2007; Волков, Хархордин, 2008]. Вирізняють також праці Ч. Тейлора, Ж.-Ф. Ліотара, Дж. Батлера, М. Фуко, А. Макінтайра, Ж. Дельоза, Р. Рорті, Х. Дрейфуса та інших мислителів. Філософське тло теоріям практик надають праці Л. Вітгенштейна про «слідування правилу», «мовні ігри», а також описи М. Гайдеггером розуміння (understanding) та інтерпретації. Узвичаєні в певній культурі повторювані комбінації слів і дій у філософії повсякденної мови стали називати «мовні ігри», підкреслюючи, що значення не міститься в свідомості індивідів або в мові саме по собі, а є культурно відносним і може бути артикульованим лише на підставі певної практичної діяльності, «форми життя» [Волков, 1999, с. 31].

На думку соціального філософа Джозефа Рауза, для тих концептуалізацій соціального життя, які підкреслюють роль правил, норм, конвенцій, смислів, питань розуміння та інтерпретацій є фундаментальними. Внесок Л. Вітгенштейна і М. Гайдеггера в теорії практик він убачає в тому, що обидва критикують концепції нормативності людської думки і дії. Дії, регульовані нормами (не природним законом, а поняттям закону, за І. Кантом), передбачають інтерпретацію, реагування на ситуації, в якій відбувається дія [Rouse, 2007, р. 502]. Критику Л. Вітгенштейном цього бачення можна знайти в пасажах 201–202 «Філософських досліджень», у яких ідеться, що правила не є самоінтерпретовані, завжди залишається можливість слідувати правилу в інші, девіантні способи. Спроби визначити, як слід тлумачити правило, самі стають іншим правилом, знову-таки відкритим для різних його застосувань. «201. ...це свідчить про те, що існує таке розуміння правила, яке не є інтерпретацією, а міститься в тому, що ми називаємо “слідувати правилу” і “діяти всупереч правилу” в реальних випадках його застосування. Ось чому ми схильні говорити: кожна дія за правилом є інтерпретація. Але “інтерпретацією” слід було б називати лише заміну одного виразу правила іншим. 202. Отже, “слідувати правилу” є певна практика. Думати, що слідуєш правилу, не означає слідувати правилу. Виходить, правилу не можна слідувати тільки “приватно”, бо тоді думати, що

ти слідуєш правилу, і слідувати правилу було б одним і тим самим» [Витгенштейн, 1994, с. 163].

Подібні спроби охарактеризувати спосіб ухопити, зрозуміти правила без інтерпретації, які проявляють себе в реаліях життя, вбачають і в обговоренні розуміння та інтерпретації М. Гайдеггером у «Бутті та часі». За М. Гайдеггером, усі інтерпретації (в тому числі лінгвістичні твердження) спираються на фундаментальніші розуміння і компетентності, які не є чітко сформульованими; інтерпретація можлива лише на фоні попереднього розуміння ситуації (*Vor-struktur, pre-structuring*). Найголовніші прояви повсякденного людського буття походять не від індивідуальної самодетермінованої дії, а від того, що «хтось робить» (*das Man, the «anyone»*) [Rouse, 2007, p. 502–503]. Наявність такого *фонового розуміння* вможливорює інтелігібельність інтерпретацій, а інтерпретації, своєю чергою, осідають у практичному розумінні і слугують фоном наступних інтерпретацій.

Аналітичний фокус уваги зміщується від «знання про те, що» (правила, норми, інструкції, теорії) і «знання про те, чому» (мотиви, цілі) до практичного знання, конкретного «знання про те, як», яке міститься радше у навичках індивідів, засобах здійснення дії. Це приводить до висновку, що має бути такий рівень або вимір людського розуміння, який полягає в тому, що те, що ми робимо (практикуємо), є фундаментальнішим, ніж будь-яка явна інтерпретація того, що ми практикуємо. Поняття «практики» в соціальній теорії якраз і визначає локус цього фонового розуміння або компетентності, що дозволяє «слідувати правилам», дотримуватися норм, формулювати і зрозуміти сенс того, що відбувається навколо. Якщо правила не містять способу їх застосування, то можна слідувати їм практично, залежно від локальної традиції чи навіть власних винаходів (тактик, за М. Серто), які протидіють регулятивам, формулам і правилам [Серто, 2013].

Наявність царини практичного знання відкриває третю можливість в епістемології: до каузального *пояснення* («тому, що») і *розуміння* інтенціональних структур («для того, щоб») додається вимір «як», тобто *опис* того, як саме виконується дія, як вона перебігає в реальному часі і просторі. Вивчається стиль, манера, індивідуалізація практикування повторюваного, рутинного, знайомого, особливості навчання тим чи іншим діям як мистецтву практики, трансмісії традиції як протяжності практики у часі [Волков, 1999, с. 32].

У соціології до засновників теорій практик, представників «*першого покоління*» (або першого етапу) відносять П. Бурдьє, Е. Гідденса,

Г. Гарфінкеля, дослідників конверсаційного аналізу та ін. [Скокова, 2018d; g]. Значний внесок у становлення соціології повсякдення, соціології знання, соціології ритуалів, перформативної соціології зробили теоретики соціальної феноменології, символічного інтеракціонізму, соціального конструктивізму. Відомими є дослідження А. Шюца, П. Бергера і Т. Лукмана, І. Гофмана [Бергер, Лукман, 1995; Шюц, 2004; Гофман, 2009] та ін. У культурній антропології значний вплив на рефлексію повороту до практик дисципліни справила праця Ш. Ортнера [Ortner, 1984]. Деякі дослідники заглиблюються в історію філософських і соціальних дисциплін глибше і звертаються до праць Аристотеля, поняття «праксісу» К. Маркса [Nicolini, 2012; Резнік, 2011, с. 14–16], ідей екзистенціалізму (існування визначається діями, людина є тим, що вона робить). Власне, Е. Гідденс у вступі до праці «Конституювання суспільства» посилається на відому тезу К. Маркса з роботи «Вісімнадцяте брюмера Луї Бонапарта» про те, що люди самі роблять свою історію, але в тих обставинах, які вони не обирають, які перейшли їм від минулого, від традицій попередніх поколінь [Гідденс, 2003, с. 16], вказуючи, що ця коротка теза вказує на величезну кількість найскладніших проблем соціального аналізу.

Американська дослідниця Е. Роулз розглядає як засновника теорії практик Е. Дюркгейма і надає свою версію переосмислення праць Г. Гарфінкеля через призму ідей Дюркгейма [Роулз, 2005]. Розвідки М. Мосса, особливо фрагменти, присвячені порівнянню манери ходити в різних культурах є характерним прикладом аналізу тілесності практик [Мосс, 2011].

Найбільшу популярність у соціології, в тому числі соціології культури, отримали концепції практик у рамках «конструктивного структуралізму» П. Бурдьє і «структурації» Е. Гідденса. Для соціології культури вивчення Бурдьє і його колегами логіки практик, практичного сенсу і безпосереднього розгортання практик продукування і споживання культурних продуктів у полях мистецтва, літератури, релігії, науки тощо стали в багатьох випадках точкою відліку, породженням концептуально і методологічно подібних досліджень на матеріалах різних країн [Bourdieu, 1984; Bourdieu, 1993; Бурдьє, 2001; Бурдьє, 2005c; Bennett et al., 2009] (див. підрозділи 1.3, 2.3).

Намагання Гідденса поєднати аналіз осмисленості, рефлексійності індивідуальної поведінки і впливів на неї з боку соціальних структур було сприйняте свого часу як новація, що відкрила нові способи розгляду соціальної та культурної динаміки. Дослідник показав, що структури правил і ресурсів зумовлюють діяльність, у процесі людсь-

кої діяльності репродукуються структурувальні особливості (правила і ресурси) соціальних систем [Гидденс, 1999]. Рутинізовані потоки повсякденного життя не є результатами свідомо поставлених акторами цілей і не детерміновані жорстко структурними впливами.

Вивчати треба, наголошує він у праці «Конституювання суспільства» (1984), «...не досвід індивідуального актора і не існування будь-якої форми соціальної тотальності, а соціальні практики, впорядковані у просторі та часі. Соціальні дії людей є циклічними подібно певним самовідтворюваним природним явищам. Це означає, що вони не утворюються соціальними акторами, а лише постійно відтворюються ними, до того ж у ті самі способи, за посередництвом яких люди реалізують себе як актори. У процесі та через власну діяльність соціальні актори відтворюють умови, які роблять цю діяльність можливою» [Гидденс, 2003, с. 40]. Так дослідник пояснює важливі ідеї свого бачення теорії практик: саме впорядковану у просторі та часі діяльність (рутинізовану цією циклічністю) постійно репродукують люди, які через залучення до неї набувають властивостей бути соціальними акторами. Теорії практик трактують агента як єдність «тіло-розум», отже, задіяння (enactment) певної практики передбачає залучення до тих ментальних її властивостей, режимів інтерпретації, знання психічних рутин/процедур, емоційних станів, які роблять її специфічною. Як пише Гидденс: «...у циклічному впорядкуванні соціальних практик бере участь специфічна рефлексивна форма пізнання, яку використовують людські істоти. Цілісна послідовність практик передбачає рефлексивність, однак остання є можливою лише в умовах послідовної безперервності цих практик, що і дозволяє чітко сприймати їх “тотожними” одна одній у часі та просторі. Отже, “рефлексивність” слід розуміти не просто як “самосвідомість”, але властивість і характерну особливість рухливого потоку соціального життя, котрий можна спостерігати» [Гидденс, 2003, с. 40].

І тілесні активності індивіда (сукупності дій, рухів організму), і його пізнавальні зусилля (раціоналізації, самопояснення причин, цілей) набувають вигляду потоку, протяжності (*duree*) поведінки, вони злиті, а не відособлені, їх відокремити можна лише завдяки дискурсивній сфокусованості на досвіді. Поведінка має складну стратифіковану структуру: практичне знання, рефлексивний моніторинг як спостереження і контроль дій/взаємодій, дискурсивні раціоналізації, а також вписаність у навколишню ситуацію і ширший контекст. Рефлексивний моніторинг дії рутинно актуалізується в ситуаціях часо-просторової співприсутності інших, які здатні

оцінювати компетентність діяча, ступінь володіння «етнометодами», його необхідність посилюється в разі взаємодії – зіткнень з іншими акторами, непересічних подій. Дискурсивні раціоналізації взагалі можуть не збігатися з чинниками, які справді визначають поведінку. По-перше, норми, що надають рамку соціальному життю, передбачають досить широку варіативність трактувань. По-друге, наявними є значні «сірі зони», не доступні дискурсивній свідомості. Набагато важливішими виявляються «взаємні знання», як їх називає Гідденс, або «запас знань» (А. Шюц), які мають прикладний характер, вписані в рутинні, загальноприйняті способи й уміння справлятися зі щоденними справами [Гідденс, 2003, с. 42–43]. Межа між дискурсивною і практичною свідомістю не є чіткою, вона коливається залежно від накопичення навичок і від контексту, обставин розгортання практик. Несвідоме чітко відділене від дискурсивної свідомості й не може до неї проникнути, натомість між практичною і дискурсивною свідомістю таких кордонів немає. Отже, за словами Гідденса, фундаментом теорії структурації є *практична свідомість* – властивість соціального актора, на яку ні об'єктивістська, ні структуралістська традиція не звертають уваги, на відміну від детального її розгляду у феноменології й етнометодології. Гідденс надає і детальні розмірковування щодо ролі інтенційності в діяльності [Гідденс, 2003, с. 47]. Так, повсякденне життя є інтенційна діяльність, актор цілком компетентно поводить себе відповідно до конкретного контексту повсякдення. Проте наслідки цієї поведінки часто бувають ненавмисними. Своєю чергою, наслідки ненавмисної діяльності перетворюються на неусвідомлювані умови, обставини подальшої поведінки. Ми можемо навмисно розмовляти грамотно або ні, але неусвідомлюваними наслідками будуть або репродукування мови в її нормативному вигляді, або її зміна, ослаблення нормативності – наводить Гідденс приклад, оснований на структуралістському баченні мови і мовлення. Інший його приклад стосується кейс стаді британського дослідника П. Вілліса: старшокласники поводять себе у школі зухвало, не підкоряються нормам середовища, при цьому діють усвідомлено, відтворюючи поширені в робітничій культурі сім'ї та ровесників зразки поведінки. Петля зворотного зв'язку діє через закріплення їх відставання в навчанні, усталеності їхньої репутації серед вчителів як непридатних для подальшої освіти і створює умови для репродукування школярами свого соціального статусу, неможливості подальшої освіти і висхідної соціальної мобільності [Гідденс, 2003, с. 393–404].

Важливий момент, який підкреслює Гідденс, – це розрізнення рефлексивного моніторингу дії як опису дії актором для себе, самопояснення її причин, її навмисності (і відстеження бачення її іншими як усвідомлюваної), та дії як такої, як здатності здійснити цю дію. На це вказує й етимологія слова: за Оксфордським словником, актор, діяч – «той, хто має владу або досягає результату». Отже, поняття «діяльність» стосується «подій, ініціатором і рушійною силою яких є індивід, котрий міг би себе повести інакше на кожному етапі усталеної послідовності подій. Часто діяч включається в потік діяльності, не тому, що він так хоче, планує зробити, а просто тому, що *робить* це» [Гідденс, 2003, с. 49].

Загалом сутність теорії структурації Гідденс пов'язує з концептами структури, системи і подвійності структури. Соціальні системи – це відтворювані соціальні практики зі «структуральними властивостями», вони мають вигляд ієрархічно організованої у просторі та часі протяжності практик. Соціальні інститути він визначає через ступінь протяжності, їх усталеність базується на більшій часопросторовій протяжності в рамках ти чи тих спільнот [Гідденс, 2003, с. 58–60]. Гідденс пояснює своє трактування структури, протиставляючи його традиційному розгляду, як, скажімо, каркасу будинку. Таке бачення властиве дуалістичним концепціям об'єкта і суб'єкта, коли «зовнішнє» обмежує вільну ініціативу актора. Його визначення структури: «генеративні» (породжувальні) правила (і ресурси); структуровальні властивості соціальних систем, завдяки яким у них/між ними виникає «зв'язність» часу і простору, властивості, які сприяють відтворенню подібних соціальних практик у часі та просторі, що надає їм «систематичної» форми; структура є «віртуальний порядок» відносин перетворення; структура є вірещ соціальних відносин, що існує в певному часі та просторі, структура виявляє себе за посередництвом практик; структура як пам'ять фіксує напрямки поведінки компетентних суб'єктів діяльності [Гідденс, 2003, с. 58–59].

Ці визначення через поняття «правил», «систематизацій», «взірця» практик і відносин нагадують визначення культури. Можна навести думку британського дослідника Дж. Скотта, який вважає, що концепт структури Гідденса є концептом культури. «Культура як структура насправді є центральною ідеєю в соціології Гідденса. Відповідно до цієї точки зору, культура складається з основних правил, які використовують у соціальній взаємодії й за допомоги яких відтворюються соціальні системи. Ці «правила» не є нормами і цінностями, як підкреслюють структурні функціоналісти, це глибоко укорінені

й утілені (embedded and embodied) генеративні диспозиції, які організують соціальні практики. Те, що Гідденс називає «структура», насправді є тим, що структуралістські та інші автори бачили як культурні коди соціального життя» [Scott, 2007, р. 83]. Правила і ресурси, якими індивіди керуються у взаємодії, Гідденс закликає розглядати як засоби виробництва соціального життя, як «діяльність, що триває», й одночасно як продукти, що продукуються і репродукуються цією діяльністю, що і становить принцип подвійності (дуальності) структури [Гідденс, 2003, с. 62; Макеєв, 2012, с. 147].

Ідеї Гідденса широко використовують у соціологічних дослідженнях культурних практик, хоча частіше його погляди трактують конвенційно для соціології, розглядаючи діяльність через призму індивідуального вибору. Можна навести приклад соціологічного дослідження відвідувачів музеїв, у якому розроблена німецьким соціологом В. Кірхбергом операціональна рамка поєднує «структуру й агентність» шляхом використання моделі людини як *Homo sociologicus*, тобто з характеристиками соціоструктурних макродетермінацій (П. Бурдье), і моделі людини як *Homo oeconomicus*, з характеристиками усвідомлених, раціональних рішень актора на мікрорівні (Е. Гідденс) [Kirchberg, 2007]. Такому прочитанню Е. Гідденса сприяли, на думку критиків, недостатня опрацьованість ним концепції особистості, в якій слабо інтегровані та збалансовані рівні дискурсивної, практичної свідомості, несвідомого, а також його намагання, особливо в пізніших працях обстоювати ідеї активного, вільного в рішеннях актора, що відповідає духу ліберальної ідеології [Loyal, 2003, р. 59–60].

Утім концептуалізації Гідденсом соціальних практик, практичного знання, тілесності, часо-просторових рутин продовжують слугувати важливим джерелом для низки представників другого і третього етапів практикоорієнтованих досліджень. Його ідеї щодо часу і простору стали популярними в дослідженнях місця, простору, часу [Warf, 2011], а також розгортання культурних практик у просторі та часі.

Для конституювання *другого етапу* в розвитку теорії практик був важливим вихід збірки «Практичний поворот у сучасній теорії», співредактором якої став американський соціальний філософ Т. Шацкі [Schatzki, 2001]. У збірці було подано тексти таких відомих дослідників у полі теорій практик, як Е. Свідлер, Л. Тевено, Д. Блур, Г. Колінз, С. Тернер, М. Лінч, Х. Дрейфус, Е. Пікеринг, К. Кнор-Цетина, Дж. Рауз та ін. У цих працях можна знайти тлумачення практики як колективної дії, бачення культури як практики,



розгляд концепту «мовчазне знання» й інших важливих для теорії практик ідей і концептів.

Широкоцитованими стали праці німецького дослідника А. Реквіца, які дозволили чіткіше уявляти місце теорій практик серед інших соціологічних підходів, популяризувати ці ідеї, в тому числі серед дослідників структур і практик [Reckwitz, 2002a; Коваліско, 2010]. Для вітчизняної соціологічної спільноти важливими стали публікації російських дослідників В. Волкова, О. Хархордина, В. Вайнштайна, присвячені аналізу цього та суміжних підходів [Социология вещей, 2006; Волков, Хархордин, 2008; Вахштайн, 2008]. Близькі до теорії практик поворот до «матеріальності», соціологія асоціацій, «соціологія градусів» привернули значну увагу російських дослідників, що можна простежити в їхніх публікаціях у тематичних випусках журналів, у перекладах ключових праць. Отже, у розширенні кордонів поля теорії практик відіграють свою роль студії науки і технології (STS), прагматичні та перформативні підходи, різні версії реляційних підходів, зокрема й ті, що асоціюються з іменами Б. Латура, Дж. Ло, Дж. Уррі [Латур, 2014; Уррі, 2012; Ло, 2015]. У становленні реляційних підходів важливими є ідеї Ж. Дельоза, Ф. Гваттарі, М. Деланди [Делёз, Гваттари, 2010; Деланда, 2018].

Ключовою постаттю для другого етапу теорії практик став Теодор Шацкі (професор філософії Університету Кентуккі, США). Упродовж останніх 20 років він розробляє оригінальний концептуальний вокабуляр свого бачення цієї царини, є автором декількох монографій, присвячених концептуалізації соціальних практик [Schatzki, 1996; 2002; 2010], розділів у збірниках, присвячених застосуванню теорії практик у конкретних дисциплінах (докладно в підрозділі 1.2.2).

Заслуговує на увагу, на нашу думку, підхід «культури як практики» Е. Свідлера, який є доволі популярним в американській соціології. Цей підхід ще отримав назву «культура як скринька з інструментами» (tool kit). Свідлер вбачає оригінальність теорії практик у тому, що вони надають змогу відійти від зосередження в соціології на рівні ідей (розуміюча соціологія М. Вебера), цінностей (Т. Парсонс). Вважається, що культурні елементи (ідеї, цінності) інтерналізуються, розміщуються у свідомості, надаючи цілі індивідуальним і колективним акторам, формуючи їхні картини світу. Вони слугують своєрідними «стрілочниками», що спрямовують дії в тому чи тому напрямку [Swidler, 2001, p. 83]. Разом із тим, на її думку, достатньо вагомим емпіричним підтвердженням цих ідейно-ціннісних впливів на дію, їх існування у свідомості в більш-менш когерент-

ному вигляді здобути не вдається, і взагалі-то, отримати доступ до суб'єктивної свідомості не є легким завданням. Теорії практик, натомість, пропонують зрушити увагу дослідників від двох напрямків: униз, на рівень практик, рутинних активностей, які можна спостерігати, й уверх, на рівень дискурсивних структур. «Практики можуть бути рутинними індивідуальних акторів, вписані в їхні способи використовувати тіла, в їхні звички, в їхні фонові відчуття простору, одягу, страв, музичного смаку – в соціальні рутини, які знаєш так добре, що здатен спонтанно імпровізувати, не замислюючись додатково», – пише вона, посилаючись на теорію практик П. Бурдьє, а також працю Д. Судноу щодо виконавських технік і вмінь джазових музикантів [Swidler, 2001, p. 84]. Поряд з індивідуальними звичками, вона вирізняє трансперсональні практики, вписані в організаційні рутини, які надають фонові критерії розрізненню людей або подій, наприклад, «мистецтва» від «не-мистецтва» (Г. Бекер), здорових від душевнохворих (І. Гофман, М. Фуко). Так чи так, особливістю теорій практик Свідлер вважає перенесення уваги від того, що відбувається у свідомості акторів (їхні ціннісні прихильності та зобов'язання), до напівавтоматичних активностей, укорінених у фонових рутиних, звичках, тілесному і матеріальному. Другим аналітичним кроком є переорієнтація уваги вгору, від ідей індивідуальної свідомості до дискурсів як імперсональних структур, культурних систем, що охоплюють взаємопов'язані коди, символи, смисли. Цікавить не так зміст конкретних висловлювань, як системи смислів і значень, які й дозволяють говорити щось таке, що є значущим. Отже, підсумовує Свідлер, старий ландшафт ідей і акторів розпадається на два домени – практики і дискурси [Swidler, 2001, p. 84].

Третім етапом, який хронологічно відбувається одночасно з «оголошенням» практичного повороту в теорії, стали практикоорієнтовані дослідження в різних дисциплінах. Їх становлення є помітним завдяки тематичним випускам у галузевих журналах, впливовим публікаціям і монографіям як теоретичного, так і емпіричного змісту. Дослідженню практик в організації, наприклад, сприяли тематичні випуски часопису «Organization» 2000 і 2007 років, перше число якого вийшло під назвою «Практикоугрунтоване теоретизування: навчання і пізнання в організаціях» за редакцією італійської дослідниці практик Сильвії Герарді [Gherardi, 2000]. Відзначають, що імпульсами для розвитку цього поля в міждисциплінарних студіях організації було усвідомлення подібності ідей різних прихильників практикоорієнтованих підходів, їх інноваційності в тео-

ретичному, а також прикладному планам. Разом із тим проліферація концептів, словників понять, одиниць аналізу, методологій дослідження на певному етапі почала шкодити розвитку цього поля. Нині вже можна спостерігати устремління до пошуків відмінностей, розвиток моделей аналізу з вищою теоретичною узгодженістю, що свідчить про досягнення певної консолідації досліджень практик у студіях організації. Праці італійського дослідника Девіда Ніколіні стали відомими у сфері розроблення практикоугрунтованих підходів до вивчення пізнання, навчання, організаційних змін, із приділенням уваги методології досліджень [Nicolini, 2012].

У дослідженнях медіа певний вплив на популяризацію і поширення практикоугрунтованих досліджень справили праці Н. Колдрі, Дж. Постілла та їхніх колег (див. підрозділ 3.5). Впливовим є також підхід «спільнот практик» Дж. Лейв і Е. Венгера, який широко використовують у дослідженнях трудових практик і практик навчання [Understanding Practice, 1996]. У полі вивчення практик (культурного) споживання гідними уваги є праці А. Ворда [Warde, 2005; Warde, 2014], тематичний випуск «Журналу споживацької культури» [Halkier, Katz-Gerro, Martens, 2011] із набором статей, присвячених результатам прикладних практикоорієнтованих досліджень споживання музики, проведення вільного часу тощо.

Розуміння соціальних змін через призму практик пропонують британські науковці з Ланкастерського університету, які досліджують адаптацію теорій практик до вивчення прикладних проблем. У книзі «Динаміка соціальних практик» (2012) вони виокремлюють три аспекти – (а) матеріальне, тобто співвіднесення з тілом, об'єктами, інфраструктурами, інструментами; (б) компетентність – «знати, як» діяти, фонові знання, практичне розуміння, оцінки і навички; (с) смисли і символічні значення, ідеї [Shove, Pantzar, Watson, 2012]. Приклади з емпіричних досліджень показують, як відбувається інтеграція цих елементів у процесах задіяння практик їх носіями. Обмірковують і можливості потенціального впливу на перебіг практик, тобто зменшення «небажаного» виконання практик і поширення оптимальних виконань (наприклад, проекологічна поведінка, економія електроенергії в домашніх господарствах, контроль ваги тіла й ожиріння індивідів тощо). Отже, постулюється, що соціальна теорія може стати в нагоді для позитивних соціальних змін у соціумах.

### 1.2.2. Теорія практик за версією Т. Шацкі

Американський соціальний філософ, професор філософії Університету Кентуккі (США) Теодор Шацкі впродовж останніх 20 років розвиває аналітичну схему і вокабуляр своєї версії теорії практик [Скокова, 2018d]. Він є автором монографій «Соціальні практики: підхід Вітгенштейна до людської діяльності та соціальне», «Місце соціального: філософський опис конституювання соціального життя і змін», «Мартін Гайдеггер: теоретик простору», «Часопростір людської діяльності: перформанс, суспільство, історія як індетерміновані телеологічні події» [Schatzki, 1996; 2002; 2010], а також розділів у збірках, присвячених застосуванню теорій практик у конкретних дисциплінах. Він був автором широкоцитованого вступу такого важливого для розвитку теорії практик видання, як «Практичний поворот у сучасній теорії» [Schatzki, 2001], співредактором нової збірки «Нексус практик: поєднання, констеляції, практикувальники» [The Nexus of Practices, 2017]. Як показують самі назви деяких із праць, його версія теорії практик базується на філософських ідеях Л. Вітгенштейна, М. Гайдеггера та інших філософів. Шацкі докладно аналізує ідеї інших теоретиків практики в соціальних науках. Розроблена ним система концептів останнім часом приваблює увагу прихильників прикладного застосування теорії практик у різних соціальних дисциплінах, ці ідеї апробують і використовують соціальні дослідники конкретних полів (освіта, навчання, туризм, мистецтво, інформаційні технології тощо). У соціологічному вивченні культурних практик як участі в полях мистецтва, дозвілля, споживання його ідеї теж починають знаходити визнання, як-то розділи у збірках «Мистецькі практики: соціальні інтеракції та культурні динаміки» [Schatzki, 2016], «Час, споживання і повсякденне життя. Практика, матеріальність і культура» [Schatzki, 2009].

Для широкого розуміння культурних практик як членства в повсякденній культурі (мова, традиції, звички) ідеї Шацкі теж є актуальними. Так, у збірці [The Nexus of Practices, 2017] її автори презентують і обговорюють практико-теоретичні підходи до аналізу зв'язків у межах практик, вивчення динаміки і констеляцій, які формують практику, розуміння людей як практикувальників, які активують і «несуть» практику. Обговорення стосується тем соціальних змін, мови, влади, рефлексії, великих соціальних явищ, поєднаності (конективності) в часі та просторі, що демонструє можливість застосування теорії практик до аналізу масштабних явищ у соціумі та безпосередньо людської діяльності.

**Джерела теорії практик за баченням Шацкі.** Для Шацкі одним із поштовхів для осмислення практик стали праці Ч. Тейлора, зокрема думки філософа про те, що смисли і норми, закладені у практиках, містяться не тільки у свідомості акторів, але і зовні, в самих практиках [Schatzki, 2002, р. 70]. Отже, саме практики можуть бути ключовими одиницями дослідження, що допомагають пояснити інші соціальні сутності – інститути, структури тощо. Ці ідеї теорії соціальної практики Ч.Тейлора стали основою онтологічного й аналітичного бачення практик для Шацкі [Taylor, 1993; Schatzki, 1996, р. 105]. Він вважає також, що теорії практик мають свої витoki в антропології, маючи на увазі, зокрема, ідеї, висловлені у працях П. Бурдьє [Bourdieu, 1993; Бурдьє, 2001]. Провідними представниками теорії практик у соціології для нього є П. Бурдьє, Е. Гідденс; у сучасній філософії – Х. Дрейфус, Ч. Тейлор, Ж.-Ф. Ліотар. Підґрунтям для праць цих теоретиків слугують філософські ідеї Гайдеггера і Вітгенштейна. Важливими для нинішнього етапу розвитку теорій практик Шацкі вважає праці А. Реквіца, Е. Шоув та її колег [Shove, Pantzar, Watson, 2012].

**Базові принципи теорій практик.** Загальні принципи, властиві теоріям практик, Шацкі описує так: 1) практика є констеляцією різних, певним чином організованих діяльностей; вона стосується багатьох людей і є соціальним явищем; 2) практики як організовані діяльності множини людей (а не діяльність окремих індивідів) формують важливі характеристики людського життя. Різні соціальні феномени (наука, влада, організації, соціальні зміни тощо) треба сприймати як *форми*, шукати їх витoki в організованих певним чином діяльностях. Практикоорієнтовані теорії відрізняються від онтологічного індивідуалізму, для якого соціальні явища є агрегатами, або констеляціями індивідуальних дій. Шацкі наголошує, що людські дії, думки, мотиви, ідентичності формуються під впливом залученості у практики, отже, соціальні феномени не можуть складатися лише з дій людей, ці дії треба розглядати в поєднанні з контекстом відповідних практик. Теоретики практик є опонентами і широкому спектру системних, структуралістських теорій з їх фокусуванням на системних принципах чи абстрактних структурах і механізмах; 3) діяльність людини спирається на невисловлюване, непропозиційне, практичне знання; визнання цієї тези сприяє протидії відомому розколу у філософії на суб'єкт і об'єкт [Schatzki, 2012, р. 13–14]. Прикладами непропозиційного знання є «know how» Г. Райла, звички, схеми М. Мерло-Понті, навички (skills) Х. Дрейфуса, габітус П. Бурдьє, практична свідомість Е. Гідденса. Підґрунтя цих

концептів Шацкі вбачає в ідеях Вітгенштейна щодо «слідування правилу» і «знання, як йти далі» [Schatzki, 1996, p. 91, 157]. Ці не-пропозиційні властивості, крім того, є тілесними. Акцент на тілесності є внеском теорії практик до полеміки щодо панування розуму над тілом, дуалізму душі та тіла (концептуалізації тілесної природи здібностей у працях М. Мерло-Понті, Х. Дрейфуса; показ П. Бурдьє, Е. Гідденсом ролі тілесних навичок в організації набору активностей як практик). Отже, на думку Шацкі, різні версії практико-теоретичних підходів поєднує переконання, що такі феномени, як знання, смисл, людська діяльність, наука, влада, мова, соціальні інститути, історичні трансформації, відбуваються всередині поля практик і є його аспектами або компонентами [Schatzki, 2001, p. 10].

**Практика та її організатори.** Центральний концепт «практики» Шацкі визначає як «відкрити, дисперсну просторово-часову сполуку діянь і висловлювань (*nexus of doings&sayings*)» [Schatzki, 2012, p. 14]. Відкритість стосується переліку активностей; у разі його вичерпності та конкретизації практика стала б нерухомою. Дисперсність специфічних для практики активностей означає, що вони розміщені в об'єктивному просторі впродовж певного об'єктивного часу. В кожній практиці є центральні діяння і висловлювання, її *базові активності*, які мають місце навіть тоді, коли людина робить ще щось: вони є діями, які людина має «програвати», виконувати [Schatzki, 2012, p. 15]. Наведемо свій приклад із практики керування автомобілем: потрібно власне керувати (тримати кермо, перемикати швидкість, стежити за дорожнім рухом і здійснювати інші необхідні тілесно-розумові активності), при цьому можна слухати музику, думати про погоду, розмовляти з пасажиром (неосновні активності).

Основна діяльність, як правило, конституює ще вищий рівень: керувати автомобілем може означати діставатися вранці на роботу або відвідувати рідних на вихідних чи розважати дітей поїздкою в парк. Ієрархізовані в такий спосіб дії є *телеологічними*. Тобто сісти за кермо означає і почати керувати автомобілем (мета), і дістатися вчасно на роботу (загальніша мета). Телеологічні ієрархії завершуються, коли певна діяльність не допомагає продовжувати діяльність. Ця діяльність є *метою* людини: це те, задля чого вона діє. Встигнути на роботу, як правило, теж не самоціль, індивід таким чином хоче бути дисциплінованим працівником, просуватися по службі, заробляти гроші, забезпечувати родину тощо. Практика охоплює всі види діяльностей цих цілеспрямованих ієрархій: стани існування, задля яких люди діють, проекти, тобто дії, які вони виконують у

своїх цілях, і основні діяння і висловлювання, через які вони реалізують ці проекти.

У праці «Соціальні практики: підхід Вітгенштейна до людської діяльності та соціальне» Шацкі використовує розрізнення дисперсних та інтегративних практик. Дисперсні практики є «не ексклюзивними», такими, що можуть бути задіяними в різних контекстах (розглядання, обговорення, зіставлення, заперечення тощо). Інтегративні практики він трактує як більш комплексні, конститутивні для певних доменів соціального життя: практики фермерства, бізнесу, викладання, виховання, святкування, куховарства, рекреації, промисловості тощо. І ті, й ті практики є констеляціями пов'язаних діань і висловлювань [Schatzki, 1996, p. 91–110].

Практика (констеляція активностей, діяльностей) певним чином організована: це досягається через практичне розуміння (practical understandings), правила, телеоафективні структури, генералізоване розуміння (general understandings). Останній елемент уперше з'являється у праці «Місце соціального: філософський опис конституювання соціального життя і змін» [Schatzki, 2002], раніше Шацкі не диференціював у такий спосіб «розуміння» як організатора практики. Іноді його послідовники використовують «скорочену версію» елементів-організаторів практики. Так, Е. Шоув та її колеги для розгляду проблеми динаміки практик обрали варіант «матеріальність – компетентність – смисли» [Shove, Pantzar, Watson, 2012].

Шацкі знаходить паралелі елементів-організаторів практики у Бурдьє (габітус, ставки, капітали), Гідденса (набори правил і ресурсів). *Практичне розуміння* стосується знання того, як здійснювати необхідні дії через основні діяння і висловлювання. *Правила* – це експліцитно сформульовані директиви, інструкції, вказівки тощо. *Телеоафективні структури* передбачають існування наборів телеологічних ієрархій (комбінація: мета – проект – активність), які прийнятні та предписані в цій практиці. Ієрархія є предписаною, тобто в разі залучення у практику учасники з відповідними ідентичностями повинні практики здійснювати, виконуючи ті чи ті дії та проекти задля конкретних цілей. Афективний компонент телеоафективних структур стосується емоцій і настроїв, які задіяні у практику люди мають або можуть прийнятним чином виражати. Практики відрізняються тим, наскільки надійною є їх афективна організація. *Генералізовані розуміння* є абстрактними відчуттями, сенсами того, що варто бажати, цінностями, природою або місцем речей, які «вписані» у практики і знаходять вираз у діяннях і висловлюваннях людей. Діяння і висловлювання належать прак-

тиці, коли вони виражають практичне і генералізоване розуміння, телеоафективні компоненти, правила, які й організують практику [Schatzki, 2012, р. 15–16]. Ідею, що практики є організацією активностей, поділяють Е. Гідденс, Ч. Тейлор, П. Бурдье, Дж. Рауз. Разом із тим, зауважує Шацкі, дехто з теоретиків трактує практику як домен, поле діяльності – П. Бурдье (знову), Х. Дрейфус [Schatzki, 2002, р. 71].

**Пучки практик-аранжувань.** Шацкі показує, що переважна більшість практик пов'язана з *матеріальністю*, в тому числі людськими тілами, які люди використовують, задіюють у практиці, на які реагують у взаємодіях. Своєю чергою, більшість матеріального оточення практики не існувало б, якщо вона була б відсутня. Для підкреслення тісних відносин між практикою і матеріальними елементами він запроваджує поняття «пучок (bundle) практик» і матеріального аранжування, оточення. Шацкі не одразу сприйняв фундаментальну роль матеріальності [Schatzki, 2001], яку підтримують і такі підходи, як об'єктцентрована соціальність (К. Кнор-Цетина), студії науки і технології (Е. Пікеринг та ін.), акторно-мережева теорія (Б. Латур, Дж. Ло, А. Мол та ін.), проте в подальших працях він інтенсивно розробляє поняття матеріальних аранжувань, сайтів соціального, часу і простору, точніше – «часопростору», за його терміном [Schatzki, 2010].

Просторовий вимір «часопростору», на його думку, близький до понять феноменологічного, екзистенційного, живого простору. Також його можна називати спціальністю, розуміючи під цим актуальний навколишній світ, пов'язаний із дільністю індивіда: конкретні місця, шляхи в об'єктивному, матеріальному просторі, без яких неможливо уявити розгортання практик. Ці місця, своєю чергою, утворюють площину, локальність, регіон тощо. Розуміння темпорального компонента часопростору близьке до понять «переживання часу», «екзистенціальний час», «час свідомості», «живий час». Його характеризують виміри минулого, теперішнього, майбутнього людського буття, людської діяльності. Події, моменти об'єктивного часу теж характеризують ці три виміри. Але в даному розумінні три виміри темпоральності є характеристиками діяльності, відбуваються одночасно і тривають так довго, скільки триває діяльність. Отже, минуле, теперішнє і майбутнє діяльності відрізняється від минулих, теперішніх і майбутніх подій. Минулих подій уже немає, а майбутніх подій ще немає, є лише нинішні події. У поясненні свого розуміння спально-темпоральних вимірів діяльності Шацкі посилається на аналіз Гайдеггером існування людини як «буття-у-світі». Людина завжди діє, виходячи з конкретного стану справ (нинішнє), яке обумовлене попередніми станами справ (ми-



нуле) задля досягнення наступних станів справ, задля певних цілей (майбутнє). Таким чином утворюється темпоральна структура діяльності «діяти нині-ідучи до-відходячи від», яка є телеологічною [Schatzki, 2009, р. 36–38].

Пучки практик-аранжувань означають: 1) практики використовують матеріальні компоненти, надають їм смисл і є невіддільними від них; 2) аранжування каналізують, префігурують, опосередковують і є сутнісними для практик. Для пояснення механізмів утворення пучків практик і аранжувань Шацкі виокремлює п'ять типів відносин: причинність, префігурація, конституція, інтенційність, інтелігібельність [Schatzki, 2012, р. 16–17]. *Причинні відносини* між практикою й аранжуваннями набувають двох форм: діяльність, що може спричинити зміни в оточенні, вплив оточення на спричинення діяльності. *Префігурації* пояснено як відмінність, яку нинішнє вносить у зародження майбутнього через різноманітні аспекти, наприклад, просте/складне, дороге/дешеве, більше часу/менше часу; це можуть бути проблеми, стимулювання, обмеження (наприклад, погані дороги, зниження чи підвищення цін на пальне у практиці водіння авто). Матеріальне аранжування префігурує практики, сприяючи їх повторенню, переспрямованості, можливо, спричиняючи зміни у практиках і елементах аранжування (збільшення кількості електромобілей спричинить появу інших оснащень на автострадах). Аранжування *конституують* практики, коли вони мають важливе значення для них або пов'язані з ними у просторі-часі. Звісно, автомобілі, дороги, заправні станції, правила дорожнього руху є конститутивними для практики водіння. Без доступних автомобілей і поширеності (засвідчених офіційно) навичок, уміння керування авто серед населення не були б потрібні автодороги в такій кількості, місця для паркування, придорожні готелі тощо. Так практики та їх матеріальні аранжування конституують одне одного. Практики, крім того, *інтенційно* пов'язані з аранжуваннями через думки й уявлення учасників про них і через дії, які учасники виконують стосовно них (у тому числі за їх допомоги). *Інтелігібельність* зв'язку між практикою й аранжуваннями означає, що відповідні практиці матеріальні аранжування є зрозумілими саме як такі, відповідні цій практиці, а не іншій.

Переплетіння відносин усіх п'яти типів можуть бути більше чи менше щільними, поширеними, усталеними і т. д. Такого роду відносини, як правило, дуже насичені між практиками й аранжуваннями, які становлять пучок. Саме концентрована щільність, безперервність, пов'язаність створює пучок. Доступність бензину

для поїздки на авто створює щільний причинний зв'язок, не менш важливими є наявність автострад, навичок водіння, прав водія, дотримання іншими водіями правил дорожнього руху, розуміння етики поведіння на дорогах тощо. І практика з її компонентами, її аранжування як матеріальне оснащення породжують пучки «практика-аранжування», які є центральними для соціального аналізу в даній версії теорії практик.

Таким чином, ця переорієнтація аналізу з рівня індивіда, а отже, і розміщення цінностей, уявлень, мотивацій в індивідуальній свідомості, на рівень практик як констеляції елементів, відкриває шлях до вивчення і пошуку способів поширення чи звуження тих чи тих практик, оптимізації способів їх здійснення, виконання. У нашому прикладі їзди на автомобілі такий елемент, як пристебування пасу безпеки всіма пасажирами, мав би в ідеалі стати автоматичною звичкою, тим самим непропозиційним, тілесним, практичним знанням, що покращило б нинішній стан справ у цьому полі практики.

Версія теорії практик Теодора Шацкі, на нашу думку, є детально опрацьованою, логічною схемою концептів, яка становить альтернативу відомішим у вітчизняній соціології сучасним підходам: версіям акторно-мережевої теорії (Б. Латур, Дж. Ло, А. Мол), теорії «градів» Л. Тевено і Л. Болтанські, концепціям соціального часу і простору А. Лефевра і Н. Тріфта, постгуманістичним концепціям тощо. Відрізняється ця версія і від «класичних» соціологічних концептуалізацій практик П. Бурдьє, Е. Гідденса, популярних у дослідженні культурних практик, зокрема за своїм концептуальним апаратом, явним фокусуванням на матеріальних, часо-просторових, процесуальних, реляційних моментах. Аналіз лише центральних концептів його теорії передбачає необхідність подальших зусиль для реконструкції цілісного образу даного варіанта теорії практик, розкриття його потенціалу для аналізу соціальних і культурних процесів у сучасних суспільствах.

### 1.2.3. Особливості практико-теоретичних підходів у соціології культури

Теорії практик є різновидом культуральних теорій, вони зосереджують свою увагу на тому, як аналітично поєднати культурне в широкому сенсі (дискурси, культурні структури, уявлюване, ідеї, цінності тощо) і діяльнісне, практичне, матеріальне. Представники практико-теоретичних підходів використовують різні вокабулярії, і одним із проблемних питань для спроб картографування поля стає «переклад» концептів, пошуки подібного і різного. Спроби знайти подібності різних практико-теоретичних підходів здійснюють час від часу теоретики, які самі працюють у цьому полі. Можна вирізнити передовсім праці Т. Шацкі, А. Реквіца, Дж. Рауза, С. Герарді, Д. Ніколіні, А. Уорда, Е. Шоув, В. Волкова, О. Хархордіна та інших науковців. Ураховуючи цей доробок, окреслимо особливості практико-теоретичних підходів як основи для концептуалізації соціальних і культурних процесів, аналізу культурних практик.

*Практики (поля практик) як одиниця соціального аналізу.* У соціальних науках підходи теорії практик вирізняються специфікою бачення соціальної онтології – соціальне є полем утілених, матеріально обумовлених і переплєтених практик, засадничо організованих навколо спільних практичних розумінь [Schatzki, 2001, р. 11]. Цей стиль мислення, на думку Шацкі, відрізняється від тих описів, які ставлять у центр соціального аналізу індивідів, (інтер)акції, мову, дискурси, семантичні системи, життєві світи, інститути і ролі, структури, соціальні системи. У рамках теорій практик ці явища можуть бути проаналізовані тільки через поле практики – дії є вбудованими у практики, індивіди, їх ідентичності конституюються через участь у практиках. Мова є одним із різновидів дискурсивної діяльності, отже, феноменом практики, інститути і структури є ефектами практик [Schatzki, 2001, р. 12]. Численні приклади вивчення поля культури і його субполів (літератури, науки, мистецтва, медіа та ін.) походять із досліджень П. Бурдьє і його колег. Дослідження М. Фуко практик покарання у в'язницях можна розглядати не лише як внесок у загальну соціальну теорію, а і як приклад теорії середнього рівня, аналіз становлення конкретного інституційного і культурного поля практик [Фуко, 1999; Simon, 1996]. Дослідження концепту поля «після Бурдьє» є актуальним напрямком сучасної соціології культури [Bottero, Crossley, 2011; Savage, Silva, 2013].

Реквіц, приміром, для окреслення специфіки теорії практик як культуральної теорії використовує критерії елементарних одиниць аналізу і «місця соціального». Він відрізняє культуральні теорії від тих, які в центр аналізу ставлять людину раціональну (*Ното*

*oeconomicus*) або людину нормоорієнтовану (*Homo sociologicus*). Для першої моделі соціальне розміщене на рівні (не)інтенційних результатів суб'єктивних інтересів, елементарною одиницею аналізу є індивідуальні дії; для другої соціальне міститься в консенсусі норм і ролей, елементарною одиницею аналізу є нормативні структури [Reckwitz, 2002a, p. 245]. Як вже вказувалося, в якості критерія розрізнення чотирьох типів культуральних теорій Реквіц обирає розміщення соціального – локалізація його можлива в *індивідуальному розумі* (культуральний менталізм), в *текстах культури* (культуральний текстуалізм), в *інтераціях, комунікаціях, взаємодіях* (культуральний інтерсуб'єктивізм). Для теорій практик соціальне міститься у практиках, які є елементарною одиницею аналізу. «Практика є рутинний спосіб, у який тіла переміщуються, об'єкти обробляються, предмети розглядаються, речі використовуються і світ розуміється» [Reckwitz, 2002a]. Отже, інтерпретувати соціальне життя через теорію практик означає враховувати колективні, символічні структури знань, які впливають на дії та диспозиції діяти, розглядати механізми взаємодії мовчазних, практичних знань і діяльнісних, тілесних, матеріальних елементів.

**Пояснення дії та соціального порядку.** Проблема соціального порядку є принциповою для соціальної думки. Концепції соціального порядку і дії є різними, так само різними є пояснення того, що є відповідальним за утримання порядку [Соболевська, 2014; Резнік, 2015]. Шацкі, зіставляючи теорію практик з іншими підходами, вказує, що в індивідуалістських концепціях такими механізмами можуть бути інтерналізовані норми (Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, Ю. Габермас), індивідуальні цілі, наміри та інтереси (теорія раціонального вибору), навички, розуміння один одного і взаємні інтерпретації (етнометодологія), комунікація, неогоціації, взаємне пристосування (символічний інтеракціонізм); примус і панування (теорії конфлікту) [Schatzki, 2001, p. 13]. У його версії теорії практик соціальний порядок співвідносять із полями практик, порядок розуміють як характеристики цього поля, компоненти й аспекти поля вважають відповідальними за встановлення порядку.

За Реквіцем, інноваційність культуральних теорій полягає в поясненні дії через реконструкцію символічних структур знання, які надають форму інтерпретаціям світу і моделям поведінки, створюють можливості дій і одночасно обмежують їх. Соціальний порядок не є першою чергою продуктом дотримання взаємних нормативних очікувань, він укорінений у колективні пізнавальні та символічні структури, в генералізовані, поділювані знання, які надають соціально спільні способи приписування смислів світу [Reckwitz, 2002a, p. 246]. Теорія практик підкреслює вагу мовчазного, практич-

ного, фонового знання, що не враховують конвенційні ціле- і норморієнтовані моделі пояснення дії. Відбувається розширення категоріальних словників культуральних теорій, суміщення різних аналітичних перспектив, пов'язаних із феноменологією, структуралізмом, постструктуралізмом тощо.

**Мікро-, мезо-, макрорівні чи плоский світ?** Трактування соціального порядку як поля практики також ставить питання, що стосуються відмінностей і відносин між мікро- і макрорівнями. Дослідники вважають, що теорія практик може відійти від звичного конструювання мікрорівня як рівня індивідів та їхніх взаємодій, а замість цього уявляти його як поле практик. Виходячи з цього, можна аналізувати різні феномени – спільноти, суспільства, уряди, корпорації, панування і примус, розглядати їх укорінення у практиках [Coulter, 2001]. Т. Шацкі пропонує осмислювати соціальну реальність як площину, складові якої надають матеріал для концептуалізації всіх видів соціальних явищ – від взаємодій до соціальних колективів і соціальних систем. Розуміння соціальної реальності такого роду називають плоскими (flat) онтологіями. Він описує «сайт-онтології» – динамічні контексти, які дозволяють акторам (включаючи об'єкти і практики) бути пов'язаними в подіях-відносинах [Schatzki, 2002, р. 146–147; Schatzki, 2010, р. 83], а також протяжні пучки «практик-аранжувань» (параграф 1.2.2.). Його розуміння соціальної реальності спирається на поняття часо-просторових дистанціацій Е. Гіденса, ідеї представників human geography (Д. Гарві, Е. Соджа), які описують так звану соціально-просторову діалектику: соціальні практики і процеси конституюють простори і ці простори, своєю чергою, обмежують, уможлиблюють і змінюють ці практики і процеси. Дослідження часо-просторового розгортання і переплетіння культурних практик у контексті «просторового повороту», «реляційного повороту» в соціальних дисциплінах є сьогодні популярним напрямком, який дозволяє знаходити нові способи відійти від полярностей мікро- і макропідходів, а також усталених масштабувань (від планетарного, глобального, наднаціонального до національного, регіонального, локального [Marston, Jones, Woodward, 2005; Акулов, 2016]).

**Практики як комплексна сутність.** Практика є складним конгломератом елементів і «організаторів», унаслідок чого утворюються узгоджені сутності. Це бачення не є субстантивістським, як правило, в сучасних підходах постулюється відкритий, мінливий набір елементів, відкритість меж практик, їх перетікання одна в одну. У повсякденні люди частіше називають справи, якими вони займаються безпосередньо: «сиджу в перукарні, роблю зачіску», а не говорять «включився у практику догляду за тілом», «дотримуюся правил

дрес-коду на роботі» тощо. Часто рутинні активності, які ми виконуємо напівавтоматично, регулярно, йдемо в потоці їх часової та просторової організації, є вписаними в загальніші імпліцитні цілі, навколо яких організовані практики інтегративного типу, як називає їх Шацкі (професійна діяльність, дозвілля, участь у культурі, виховання дітей тощо). Реквіз визначає практику як «патерн, який може бути заповнений множиною одиничних і часто унікальних дій» [Reckwitz, 2002a, p. 250]. Для практико-теоретичних підходів другого і третього етапів популярним є розрізнення *практик-як-сутностей* і *практик-як-перформансів*. Практика існує в конкретному часі та просторі лише завдяки її виконанням (перформансам), у разі включення в її потік, задіяння (enactment) комбінації елементів. Таким чином практики репродукуються і можуть відбуватися певні зміни у способах їх виконання [Shove, Pantzar, Watson, 2012, p. 7–8]. Бачення елементів практики, їх класифікація, вирізнення основних і другорядних елементів, способів їх утримання разом можуть відрізнятися у різних підходах.

Ідея комплексного розгляду діяльності не є новою, її ознаки можна знайти в загальній теорії дії Т. Парсонса, що й не дивно, бо теорії практик аналітично пов'язані з теоріями дії [Девятко, 2003, с. 289–304]. Сучасні дослідники теорій дії вважають, що для їх концептуального розвитку розробки Парсонса залишаються цінними. До них відносять «...різні елементи одиничного акту; визнання важливості, за Вебером, точки зору актора, що імпліцитно передбачено в акценті на “цінності” та “нормативні орієнтації”»; чіткої диференціації між цінностями, властивими актору, і нормами, які є характеристиками зовнішнього оточення; ролі, що надається кожному з цих елементів; тіла як елемента засобів дій і умов (вимір дії, який мало контрольований актором); часу як орієнтації на майбутнє, на ще не існуючий стан, що міститься в ідеї цілей; центральної ролі нормативних орієнтацій і пов'язаної з цим явної критики утилітаристів, біхевіористів і позитивістів» [Stones, 2009, p. 87]. Як пише Шацкі, мінімалістське визначення практик – це комплексні діяльності, отже, на цьому рівні залишається зв'язок із класичними теоріями. Децентрація аналізу від суб'єкта, індивідуальної інтенційної діяльності до практик, *носіями* яких стають індивіди мірою участі в тих чи тих комплексних діяльностях (формах життя), є особливістю саме теорій практик.

**Практики як переплетіння дій і висловлювань.** Поширене трактування практик як перехрещення слів і справ, висловлювань і діянь пов'язують із тлумаченням Вітшенштейном мовної комунікації як такої, що конструюється в мовних іграх, постійне функціонування множини яких і відтворює мову. Дослідники вказують, що для Вітшенштейна неусвідомлюване, приховане (як проблема дослід-

ження) є разом із тим найбільш відкритим, звичним, близьким і саме внаслідок цього непомітним. Необхідним стає дистанціювання, відсторонення, специфічний спосіб показу предмета у вигляді опису повсякденних переплетінь мови і дій [Волков, Хархордин, 2008, с. 64]. Сполуку діянь і висловлювань як сутність практики трактує і «вітгенштейніанець» Т. Шацкі та послідовники його підходу. М. Фуко, на думку аналітиків, вбачав мету досліджень практик як місця, де висловлене і зроблене, застосовані правила і наведені виправдання, сплановане і прийняте за даність сплавляються або переплітаються [Мишель Фуко и Россия, 2001, с. 51]. На підставі ідей Фуко проведено дослідження конфігурацій і реконфігурацій публічних практик «викривання» в радянській історії (чистки, звіти на колективних зборах тощо) [Хархордин, 2002].

**Увага до тіла, втіленості практик.** Тіла і діяльності розглядаються як такі, що конститууються у практиках. М. Фуко досліджував протягом своєї творчості різні практики об'єктивзації та суб'єктивності, характерні для тих чи інших історичних періодів. Так, він детально розглядає дисциплінарні процедури, які формують, моделюють, нормативізують тіла [Фуко, 1999], індивідуальні практики культивування тіла і самості, наприклад, «аскетизм денді, що перетворює своє тіло, свої вчинки, свої почуття і пристрасі, своє існування на твір мистецтва» [Фуко, 2002, с. 348]. Для Шацкі практики є основним контекстом, у якому формуються тілесні властивості, необхідні для соціального життя, не тільки навички і діяльність, але й тілесні переживання, зовнішні характеристики. Реквіц наголошує, що навчене, вміле тіло тлумачать у теорії практик як точку перетину розуму і діяльності, діяльності індивідів і суспільства. «Не тільки тілесні рутини є місцями соціального, а і психічні, їх “знання” — це також місце соціального» [Reckwitz, 2002a, p. 251].

Стати просунутим практикувальником означає кваліфіковано, вміло виконувати необхідні розумово-фізичні активності. Це стосується майстерного оперування речами, об'єктами, опанування тілесних рухів і жестів (вправно робити танцювальні рухи або швидко і виразно вимовляти слова, швидко друкувати чи вправно готувати їжу) — будь-яка діяльність передбачає сплав когнітивних, емоційних, фізичних навичок. Ці рутинізовані дії виконуються у наочних перформансах і часто ступінь майстерності виконання дозволяє відрізнити новачка практики від «старожила», представників тих чи тих професій, соціальних страт, що сприяє впорядкуванню соціального життя. Для Бурдье габітус як тілесні, психічні диспозиції, звички є місцем репродукування, тягlosti соціальної практики. Тобто культурне тло (зокрема, класове) через навчання, повторення, санкції, прищеплення бажань робить людське тіло (і психіку) місцем

соціального. Така «сильна модель» габітусу як репродукції об'єктивних детермінацій неодноразово була предметом критики.

Частіше теоретики сумішують вписаність тіла-розуму людини в соціальні рутини й одночасно – здатність до рефлексивності, коли тіло стає посередником навмисної дії. Цю подвійність пояснює концепт «практичного знання», яке не є ні усвідомлюваною раціональною дією, ні наслідком культурної детермінованості. Оснащене практичними знаннями тіло не витрачає зусиль на спеціальну координацію рухів, ці дії відбуваються напівавтоматично, через фіксацію того, що все йде, так як треба. Так само відбувається і фіксація тілесних рухів, дій інших людей як «нормальних», без спеціальних раціональних зусиль. На «підрив» цих рутин, як відомо, і були спрямовані експерименти Г. Гарфінкеля [Гарфінкель, 2007; Симончук, 2008]. Коли люди діють у спільному середовищі, вони на рівні практичного знання координують свої взаємодії, не обдумуючи кожного разу, як йти в потоці людей у метро чи як відбити подачу у спортивній грі. Разом із тим така висококоординована діяльність потребує високого рівня навичок, укорінення в певній «формі життя». Люди діють більш обдуманно, стратегічно, коли порядок речей порушується, виникають розриви в потоці життя. Отже, тілесне, мовчазне, непропозиційне знання набувається через навчання, вправи, тренування, неусвідомлювану імітацію і становить основу для тілесної агентності, здатності імпровізувати, діяти розраховано, стратегічно.

**Увага до матеріальності.** До теорії практик приєднуються сучасні об'єктцентровані, реляційні, постгуманістичні підходи, що вивчають переплетіння діяльності людських акторів з упорядкованими констеляціями сутностей *non-human* [Социология вещей, 2006; Костенко, 2012, с. 19–26; Хархордин, 2012; Objects and materials, 2015; Латур, 2014; Ло, 2015; Мол, 2018]. Людську діяльність трактують як нерозривну з *non-human*-відносинами, розуміння конкретних практик завжди передбачає врахування матеріальних конфігурацій. Етнометодологи вивчають безпосередні контексти соціальних взаємодій, студії науки і технології картографують широкі мережі «люди – *non-human*», у рамках яких відбувається діяльність [Артюшина, 2012]. Матеріальність є вже не лише посередником, екраном для показу соціальних і культурних смислів, а активним компонентом утворення соціального. У великій кількості емпіричних досліджень практик, зокрема, у сфері культурного споживання, під впливом ідей постмодернізму увагу зосереджували саме на символічних, репрезентативних аспектах матеріального [Радаев, 2005; Warde, 2005]. Нині *non-human* сутності дедалі частіше розглядають як такі, що здатні мати агентність, обумовлюючи, підтримуючи, трансформуючи соціальні та культурні відносини. Власне, агентність



і дія стають ефектами, що виникають із відносин між сутностями *human* і *non-human* [Латур, 2014]. У концепції Шацкі практики і матеріальності (аранжування) переплетені, взаємообумовлені, але він не надає статусу агентності артефактам, речам, *non-human* сутностям [Schatzki, 2001], вбачаючи оригінальність свого підходу саме в можливості окремого їх розгляду як співпродуцентів соціального.

Для теорії практик об'єкти є необхідними компонентами багатьох практик, вони переплетені з тілесними і розумовими діями. Більшість (культурних) практик неможливо виконати без задіяння певних речей. Історія медіа (М. Маклюен, Ф. Кітлер, Г. Гумбрехт, Р. Шартъє) привернула увагу до того, як медіа впливають на діяльність у рамках практик [Костенко, 2012; Наумова, 2012; Нові медіа, 2017]. Е. Шоув на основі досвіду прикладних досліджень практик вирізняє ролі, які можуть відігравати речі у практиках. Деякі речі необхідні для здійснення практики, але безпосередньо не включені до неї, ці відносини речей і практики названо інфраструктурними. Речі, які безпосередньо мобілізуються й активно задіюються у практиці, є «пристроями», оснащенням, девайсами. Речі, які використовуються або радикально перетворюються у процесі практики, можна назвати ресурсами. Стиль мислення про речі орієнтований на певну практику, тому що однакові об'єкти можуть мати різні ролі й, отже, потрапляти в різні категорії залежно від того, як вони пов'язані з різними практиками [Shove, 2017]. Докладний розгляд важливості дослідження ролі матеріальності в перебігу практик здійснили Шацкі [Schatzki, 2011], Реквіц [Reckwitz, 2002b]; на ролі матеріальності в культурному аналізі зосереджена В. Грисвольд [Griswold, Mangione, McDonnell, 2013].

**Трактування розуму і знання.** І розумову, і тілесну діяльність у підходах теорії практик трактують як рутинізовані набори активностей: типізовані способи розуміти світ, бажати, виявляти емоції, мати навички. Плавання чи їзда на велосипеді, ігри чи праця передбачають, окрім тілесного виконання, вміння інтерпретувати: що відбувається в контексті ситуації, визначати цілі, мати навички емоційно реагувати на ті або ті проблеми. Отже, носій практики для її компетентного виконання має оволодіти цими комплексами фізичної та психічної активності. Саме включення у практику породжує компетентності, конституює ідентичність виконавця (футболіста, туриста, лікаря та ін.).

Включення в конкретну практику передбачає оволодіння не лише певним корпусом знань. Досконале знання правил, інструкцій, підручників не спроможне перетворити людину на компетентного практикувальника. Практика як колективний патерн діяльності породжує неявні, історично і культурно специфічні способи бачення

світу, інших учасників у полі практики, навички інтерпретувати події так, а не інакше. Ці феномени описують, зокрема, «етнометоди» Гарфінкеля, «практичний глузд» і габітус Бурдьє, «практична свідомість» Гідденса, «практичне розуміння» і «телеоафективні структури» Шацкі. Роль дискурсивного знання, як правило, не акцентують, хоча в деяких версіях теорії практик його важливість ураховують (Гідденс). Сучасні дослідження в рамках когнітивних наук надають свої аргументи щодо проблематичності бачення поведінки індивідів як заснованої на обдумуванні [Канеман, 2013].

Соціальні відносини в рамках практики породжують навколо неї «спільноти практик», «соціальні світи практик», виробничі, професійні, аматорські, громадські та інші організації [Becker, 2008; Gherardi, 2006; Степаненко, 2015, с. 335–336]. Саме процесуальн, реляційним чином у сучасних практикоорієнтованих підходах трактують конституювання соціальних форм. Відповідно, і різні види знань (явні та мовчазні), ідеї, цінності, досвід циркулюють, обмінюються, засвоюються в рамках соціальних груп. У підході «спільнот практик» підкреслено трансмісію практичних і дискурсивних знань, їх *периферійне* засвоєння на основі включення в колективне виконання практики [Lave, Wenger, 1991].

**Місце мови і дискурсу в теоріях практик.** Окреслення ролі та місця дискурсивних практик є спірним питанням у різних підходах. У теоріях практик дискурс і мова втрачають найвищий статус, дискурсивні практики стають одним із типів практик. Шацкі підкреслює, що практики є мікс, комбінація дискурсивних і недискурсивних дій, отже, помилкою буде надавати пріоритет одному різновиду. На його думку, висловлювання – така сама дія, як сидіти навпочіпки. Перебільшення теоретиками важливості дискурсу в соціальному житті, концептуалізації практики саме як констеляції висловлювань (Ж.-Ф. Ліотар) він пояснює впливом лінгвістичного повороту. Збалансований підхід у розгляді поведінки і дискурсів (М. Фуко, Ж. Дельоз, Ф. Гваттарі), на його думку, означає не лише розрізняти вчинки і висловлювання, але й окреслювати місце і роль кожного у відтворенні практики й артикуляції її зрозумілості [Schatzki, 2002, p. 77].

Дж. Рауз вирізняє три можливості трактування дискурсивності в теоріях практик. По-перше, є підходи, які принципово виокремлюють саме непропозиціональне, мовчазне знання як основу практик (Х. Дрейфус, П. Бурдьє, М. Полані). По-друге, можливим є аналітичне зосередження на словниках, лінгвістичних артикуляціях, спільних для учасників практики, що й допомагає її експлікувати. Третя можливість – фокусування на дискурсивних практиках як

центральної меті аналізу практики [Rouse, 2007, p. 500]. Таке розмаїття підходів, на думку Рауза, ставить під питання саму доцільність говорити про когерентність концепту «практика», проте сам він обстоює тезу, що ідіома практики залишається важливим концептуальним ресурсом для соціальних дисциплін. У культуральній соціології, соціології культури, соціології повсякдення аналіз дискурсивних практик є поширеним напрямком якісних досліджень соціальних проблем і культурних процесів [Филлипс, Йоргенсен, 2008; Середа, 2006; Даниленко, 2007; Кононов, 2009; Мінливості культури, 2015, с. 371–419].

**Практики як структура і як процес.** Теорії практик пояснюють репродукцію соціальної структури через переважно рутинний характер дії, засвоєння акторами практичного знання. Як ми вже вказували, соціальне (культурне) розміщують у практиках, активація, задіяння яких підтримує і відтворює соціальні поля, соціальні інститути. Таке бачення надає перевагу стабільності, усталеності соціальних процесів. Синхронний аналіз зрізів (slices) соціального поля практик у певні моменти часу і простору надає уявлення про ці «згущення» рутинних дій або їх розмивання через ослаблення або втрату тих чи тих елементів/організаторів практики. Так, поширення нових цифрових технологій ослаблює популярність практик телеперегляду, переключає час і увагу на нові медіа. Тілесній, узвичаєній прив'язаності до телевізора, яка супроводжувалася збільшенням їх кількості в домогосподарствах, приходиться на зміну рутини невіддільного співіснування людини і цифрових девайсів (див. докл. підрозділи 2.5; 3.3).

Переструктурація соціального життя може відбуватися внаслідок повсякденних криз рутин, відчуттів, що рутинні дії невідповідні реаліям. Нові виклики потребують інших знань, інтерпретативних навичок, культурних компетентностей, а отже, і трансформації практик. Деталізовані дослідження ролі нових знань, технологій, ідей для динаміки практик характерні для розвідок у рамках третього етапу практикоорієнтованих підходів у соціології культурного споживання, соціології медіа тощо.

Відтворення практик у часі передбачає увагу до темпорального виміру соціального життя, розуміння, що соціальні і смислові порядки в діахронній перспективі є протяжними, мають свою траєкторію репродукції та трансформації. Ці траєкторії стають предметом досліджень в культуральній історії, історичній соціології, соціоло-

гії медіа (школа Анналів, праці Н. Еліаса, Р. Шартъє, Ф. Кіттлера та ін.).

*Індивіди як агенти практик, практикувальники.* Прихильники теорії практик тримають у фокусі уваги саме практики, отже, такі соціологічні номінації, як діяч, особистість, нормативно мотивований актор, раціональний і відповідальний суб'єкт дії перетворюються на інших – агент, провідник дії, носій практики, практикувальник. На думку Реквіца, існує точне місце для «індивіда» в теоріях практик – агенти виконують безліч різних соціальних практик, отже, індивід – це місце перетину практик як тілесно-психічних рутин [Reckwitz, 2002a, p. 256]. У практикоорієнтованих дослідженнях дедалі частіше застосовують поняття «практикувальники», «виконавці практик», урахувавши аналітичний поділ на «практики-сутності» і «практики-перформанси». Увагу звертають на диференціації у виконанні практик (у тому числі соціоструктурні, соціодемографічні), рівень компетентності, «відданість» заняттям. Необхідність практикувати ту або ту справу, вчитися і ставати більш умілим, а також процеси забування, відходу розглядають часто в рамках концепції «спільнот практик». Також говорять про прихильників, «виборців» (*constituencies*) практики, про те, як індивіди сприймають необхідність «нести» практику, в які способи практики «рекрутують», залучають у свої лави носіїв, якими причинами можна пояснити занепад певних практик.

Ці проблематизації у рамках практико-теоретичних підходів не є вичерпними, на увагу заслуговує і низка інших вимірів практик, особливо актуальних у сучасних практикоорієнтованих дослідженнях, наприклад, роль і місце емоцій, вимір генералізованого розуміння у дослідженнях практик. Останній вимір як організатор практики (сміслові, дискурсивні структури) досить слабо опрацьований у концепції Шацкі, натомість у культуральній соціології Дж. Александера, у прагматичному підході Л. Тевено і Л. Болтанські цим моментам приділено набагато більше уваги [Болтански, Тевено, 2013; Сміслова морфологія, 2012, с. 295–312]. Практико-теоретичні підходи у різних їх версіях надають свої концептуальні ресурси для деталізованого вивчення розгортання культурних практик у сучасних суспільствах.

### 1.3. Бурдьезіанське і постбурдьезіанське бачення культурних практик

#### 1.3.1. Бурдьезіанські підходи до аналізу культурних практик

Внесок у розвиток досліджень практик культурного продукування і споживання П. Бурдьє є загальноновизнаним. Розробки у рамках «нової» соціології культури, які широко представлені на сторінках часописів із соціології культури, культурних студій, у збірках останніх років, як правило, враховують доробок Бурдьє. У збірці «Рутледж міжнародний компендіум соціології мистецтва і культури» можна нарахувати більше двадцяти його концептів і понять, які використовують автори [Routledge international handbook, 2016, p. 472]. Тематичний випуск журналу «Cultural Sociology» 2016 року має назву «Поточні здобутки в бурдьезіанській і постбурдьезіанській соціології».

Для соціологічних досліджень культурних практик ключовою стала праця П. Бурдьє «Відмінності. Соціальна критика судження смаку» (1979). Цей масивний том містить теоретичні концептуалізації практик культурного споживання, підкріплені аналізом емпіричного матеріалу щодо ситуації у Франції 1960-х років (математичні моделі соціального і культурного простору, дані якісних інтерв'ю, спостережень, мас-медійні матеріали – фотографії, фрагменти газетних статей). У 1998-му праця «Відмінності» за визначенням членів МСА опинилася на 6-му місці серед десяти найвпливовіших соціологічних книг поряд із працями М. Вебера, Р. Мертона, Ч. Р. Мілса, П. Бергера і Т. Лукмана [Coulangeon, Duval, 2015, p. 1]. Саме ця праця поширила такі нині популярні й усталені концепти, як культурний капітал, поля, соціальний простір, габітус, практики, дистинкції/відмінності, без яких важко обійтися соціологам будь-якої країни, аналізуючи культурні практики різних соціальних класів і груп.

Концептуалізація культурних практик базується на його теорії практик, складовими елементами якої є концепти поля, габітусу, капіталів. Основні ідеї теорії практик Бурдьє виклав у праці «Нарис теорії практик» (1977), яка потім була доповнена і розширена у книзі «Le Sens pratique» (1980); виданої в перекладі на англійську мову як «The Logic of Practice» (1990). В інших книгах, таких як «Поле культурного виробництва» [Bourdieu, 1993], «Правила мистецтва» [Bourdieu, 1996], Бурдьє продовжує напрацювання щодо інтелектуальних, творчих практик, особливостей полів символічного виробництва. Його дослідження сформуvalи впливовий напрям у соціології культури у рамках критичної, постмарксистської пара-

дигми з її акцентом на соціоструктурних детермінантах культурних процесів [Скокова, 2014a].

*Поле культури* розвивається за універсальними принципами, властивими будь-якому полю, та разом із тим має свою специфіку. Кожне поле виокремлюється, стає автономним завдяки базовій ставці, «*illusio*», за оволодіння якою відбувається боротьба агентів (індивідів, груп та інституцій), включених в структуру поля. Остання є реляційною мережею позицій зі своїм обсягом і структурою капіталів, влади, впливу і, зрештою, позиція не залежить від агента, який її посідає. Поле культури є простором, який охоплює поля культурного виробництва і культурного споживання, що перебувають у стані *взаємозв'язку і взаємозалежності*. Бурдьє зазначає: «Як ми вже показували на прикладі культурних благ, які – як з боку виробництва, так і з боку споживання – розподіляються у двовимірному просторі, що визначається економічним і культурним капіталами, велика вірогідність того, що в кожному полі існує гомологія між простором виробників (і продукування) і простором клієнтури, яка розподілена згідно з релевантними принципами диференціації» [Бурдьє, 2005с, с. 157].

Змістовно субполя поля культури (мистецтво, наука, релігія, література тощо) своєю чергою поділяються на домени, наприклад, для поля мистецтва – це музика, кіно, театр тощо. Крім цього, поля культури пов'язані з полями класів, влади, технології тощо; існує суперництво між тими, хто захищає стандарти автономності свого поля (наприклад, «мистецтво для мистецтва» для художнього поля), і прихильниками зовнішніх (не властивих даному полю), гетерономних засад і принципів (наприклад, «бізнес є бізнес»).

Бурдьє подав у «Відмінностях» карту поля культурного споживання Франції на підставі обсягу і структури капіталів як координат [Bourdieu, 2005, р. 164–165; Бурдьє, 2005а]. Структура практик культурного споживання за шкалою «висока/обивательська/низька культура» (відповідно до інституціональної легітимасії), зафіксована на основі його емпіричних спостережень, виявилася гомологічною класовій структурі. До того ж, практики у різних полях є досить гомогенними між собою, утворюючи на основі габітусу як структурованої та структуровальної системи диспозицій цілісний, узгоджений стиль життя – класу буржуазії, робітників тощо, який відповідає певній позиції в соціальній стратифікації [Bourdieu, 2005, р. 217]. Культурні практики, смаки, культурне споживання, таким чином, відіграють важливу роль у динаміці соціальної та культурної репродукції, підтримуючи і відтворюючи класову структуру, соціальні та культурні нерівності (див. зокрема: [Кученко, 2006; Ручка, Скокова, 2010; 2012]).

Бурдє запропонував *принцип гомології* систем соціальної і культурної стратифікації: «... практики, або блага, що асоціюються з різними класами в різних царинах практики, організовані відповідно до структур опозицій, цілковито гомологічних між собою, внаслідок того, що всі вони гомологічні простору об'єктивних позицій між умовами існування класів» [Бурдє, 2005, с. 30]. Картографування соціального простору було побудовано на критеріях загального обсягу капіталів, що визначають клас, та вирізнення підкласів за структурою активів, тобто різних форм розподілу сукупного капіталу між окремими його видами. Таким чином, пише Бурдє, маємо дві множини гомологічних позицій: підкласи, відтворення яких залежить від економічного капіталу, протиставляються групам, що мають відносно менший економічний капітал і відтворюються за рахунок культурного капіталу [Бурдє, 2005а, с. 26]. До речі, таке картографування стало можливим саме завдяки інноваційному використанню багатовимірної аналізи відповідностей (*multiple correspondence analysis*) за сприяння групи математиків, з якими співпрацював Бурдє. Впровадження цієї техніки аналізу сприймають як важливий методологічний внесок Бурдє у соціологію культурних практик і стилю життя [Coulangeon, 2016, р. 27]. Раніше, у 1960-х роках Бурдє вивчав культурну практику фотографування, аналіз якої унаочнив, що на позір творчі, індивідуальні вибори місць, сюжетів, пори року відображають колективні уявлення, соціально схвалювані ролі, імпліцитні соціальні норми. Фотографії, як правило, класифікували соціальну і культурну позицію своїх авторів так само, як фотографи класифікували оточення відповідно до критеріїв вартості, цінності, поширених в соціальних колах їхнього походження [Бурдє, Болтански, Кастель, 2014].

Важливу опосередковувальною ланкою між полем і практика-ми є *габітус* – стійка система диспозицій, схема класифікацій, яка формується під впливом соціальних структур – соціального походження, умов та особливостей первинної соціалізації, починаючи від самого раннього дитинства, і умов формальної освіти, виховання. Одне з визначень габітусу: «детермінації, пов'язані з особливим класом умов існування, продукують габітуси – системи установлених і трансферабельних диспозицій, структуровані структури, які схильні функціонувати як структуровані структури, тобто як принципи, що генерують і організують практики та уявлення, які можуть бути об'єктивно адаптовані до їхньої мети, але не передбачають усвідомленої направленості на неї й неодмінного опанування необхідних операцій з її досягнення. Вони, об'єктивно “дотримуються правил” і “упорядковані”, але в жодному разі не є продуктом підко-

рення правилам і, внаслідок цього, не є продуктом організаційного впливу певного диригента, хоча й колективно скеровані» [Бурдьє, 2001, с. 102]. Так, Бурдьє протиставляє практичне знання, відчуття ігри (що функціонують поза сферами свідомості і дискурсу, як-от технічні навички володіння тілом) формальним правилам, артикульованим нормам, наголошуючи, що габітус забезпечує тотожність, усталеність практик у часі на основі набутих у життєвому досвіді схем сприйняття, мислення, дій. Говорить він і про те, що пояснювати практику агенту досить важко, тому що навички, мистецтво практики розкривається саме в дії, здійсненні її у зв'язку з певною ситуацією. Ставати в позицію теоретика своєї практики буде означати для агента втрату сутності свого практичного ставлення до неї [Бурдьє, 2001, с. 178].

Практику, як соціальний феномен не можна зрозуміти поза часом і простором її розгортання. Одним із центральних елементів її сутності є темпоральність. Практичний час складається із «окремих фрагментів тривалості, які несумірні між собою і кожен має свій ритм, ритм часу, який поспішає або тупцюється на місці, залежно від того, що з ним роблять, тобто залежно від функцій, якими наділяє його здійснюваний у ньому вчинок» [Бурдьє, 2001, с. 163]. Від розташування у часі практика отримує свою *форму* як порядок слідування, свій смисл і направленість, всі практики є незворотніми і спрямованими рядами відносно непередбачуваних вчинків [Бурдьє, 2005с, с. 193]. Вписаність конкретної практики в час і простір соціальної ігри передбачає невідкладність рішень «гравця», його втягнення у миті майбутнього, у кроки, які пов'язані із можливими виграшами чи програшами, боротьбою за «ставки» зі всіма їх проблемами, викликами і загрозами. В цьому чари ставок і *illusio* поля, його сенсів історичності, які недоступні тим, хто «поза грою», стороннім спостерігачам [Бурдьє, 2001, с. 159]. Учасники певного поля підтримують свою гру ще й тим, що не допускають сумнівів у її вартості, «колективного невизнання» правил гри. Підтримці тягlosti поля слугують визнання його ключових фігур, основоположників, історичні розвідки та інші легітимувальні заходи. Бурдьє присвятив багато уваги соціоаналізу (докладніше: [Бикбов, 2001]) полів культурного виробництва, зокрема, академічної науки (праця «Homo Academicus»), релігії, літератури, журналістики, мови, мистецтва [Bourdieu, 1993; Bourdieu, 1996; Бурдьє, 2005с]. Він опрацював свій вокабулярій для так званої парадигми культурного виробництва/споживання у соціології культури. Її основи містяться у працях М. Горкгаймера, Т. Адорно, котрі розглядали культурні процеси і практики у термінах культурних індустрій, масової культури, вироб-



ництва/репродукції/споживання культури; соціальні (а не естетичні) пояснення творчих процесів розвиваються також у 1970–1980 роки в американській соціології у підходах «виробництва культури», «світів мистецтва» (детальніше у розділі 2).

Концептуалізація Бурдє габітусу передбачає увагу до *тілесності*; габітус проявляється у поведінці та через взаємодію практик агента й навколишнього середовища. Індивід, інкорпоруєчи взірці поведінки та схеми сприйняття реальності, стає частиною оточення – його рухи, хода, манера стояти, говорити, почуватися, думати, робити різні речі стають природними, органічними як «друга натура». Приказка «почуватися як риба у воді», мабуть, передає цю природність, відповідність габітусу, чи екзису (*hexis*), як інакше називає Бурдє цю рису вписаності соціального в тіло. Ці звички не є явними, часто перебувають поза межами свідомого і не рефлексуються. Таким чином, культура вписує в тіла агентів свої коди – прихованим, латентним чином – і роль повсякденного досвіду, переймання, звання для Бурдє є важливішою, ніж явний процес організованого навчання і раціональність. Неспівпадіння габітусу і оточення, зміна умов діяльності породжують ефект «гістерезису» – інерційності первинної детермінованості габітусу, а отже його невідповідність новим обставинам, застарілість [Бурдє, 2001, с. 121–122]. Ця ситуація пояснює, на думку Бурдє, конфлікти поколінь, а вирішеннями такого суперечливого становища можуть бути адаптація/деадаптація, смиренність/конфлікт. Отже, габітус може вказувати не на детермінованість дій, стратегій поведінки, а лише ймовірність вибору конкретної практики або шансів зайняти бажану соціальну позицію. Визначення міри детермінованості практик габітусом в концепції Бурдє зостається актуальним питанням сучасних дискусій [Cultural Analysis, 2010, с. 6; Lahire, 2003].

Якнайкращий збіг габітусу і вимог поля потенційно гарантують хороші шанси в подальшій боротьбі за капітали – у разі поля культури специфічним капіталом є символічний. Культурні практики активуються завдяки структурним примусам поля, у сферу тяжіння якого потрапляє агент. Якщо він приймає правила гри, й добре в них орієнтується і до того ж має «чуття гри», то його *стратегії* поведінки будуть відповідними структурі позицій і ставкам поля. Зв'язок структури поля і диспозицій габітусу є динамічним, їх відповідність породжує вписаність агента в позицію поля, невідповідність здатна породжувати розриви, пертурбації, зміни (наприклад, конфлікти «новачків» і «старожилів» поля). Так чи так, ангажованість агентів у практики того чи іншого поля відтворює, продукує соціальні відносини, ієрархії, структури реляційних позицій, які й

виокремлюють поле в соціальному просторі на фоні інших полів, роблять його автономним. Ідея автономності культури, як бачимо, є характерною для Бурдьє, він розвиває її у термінах поля, реляційних просторів позицій, в яких і відбувається розгортання культурних практик (див. також: [Тягло, 2014; Калашникова, 2017]).

Шанси представників вищих верств населення орієнтуватися і діяти у полях культурного споживання, різні продукти якого упорядковані у легітимовані ієрархії жанрів, стилів, напрямків, є вищими. Отже, різні габітуси з їхніми диспозиціями/смаками продукують різні культурні практики, які символічно маркують кордони між класами, верствами та іншими соціальними групами, утворюючи «відмінності» і репродукуючи соціальний порядок.

Бурдьє пропонує концепцію культурної легітимації, наголошуючи конструювання в суспільстві культурних ієрархій на кшталт «висока культура vs масова культура». Високу культуру він пропонує відрізнити за ступенем легітимності [Бурдьє, 2005а], тобто за мірою, якою вона прийнята і схвалена спеціальними інституціями, які вирішують, куди саме має бути віднесений той чи інший твір, культурний продукт, яким чином його треба оцінювати. Такі процеси, як канонізація авторів, приписування літературних, музичних, художніх творів до розряду «класики», відбуваються не природним чином, а через спеціальні зусилля, заходи. Це конструктивістське бачення нині підтверджують й численні дослідження в руслі студій популярної культури, історичні розвідки інституціоналізації культури ХІХ століття, завдяки яким поділ на високу й низьку культуру трактується радше як політичний, а не естетичний, культурний [Муркерджи, Шадсон, 2000].

У полі культурного споживання Бурдьє вирізняє опозицію між *благородними* вже з огляду на їхню рідкісність видами споживання, характерними для груп з найвищими обсягами економічного і культурного капіталів, і *вульгарними* через їх доступність і поширеність, характерними відповідно для груп із низькими обсягами цих капіталів. Проміжне становище займають практики, що сприймаються як *претензійні* внаслідок невідповідності між амбіціями і можливостями [Бурдьє, 2005а, с. 30]. Впроваджує Бурдьє й відоме розрізнення між «смаками розкоші», які властиві вищим верствам, великій буржуазії і до яких тяжіє дрібна буржуазія, і «смаками необхідності», якими обмежуються у своєму існуванні нижчі, підлеглі класи – робітники фізичної праці. Смаки – диспозиції щодо сприйняття, вибору (культурних) продуктів – є частково неусвідомлюваними, тому що інкорпорується в тіло і свідомість індивіда, вбираючи не лише явне, але й фонове, «практичне» знання у процесі соціалізації/

інкультурації, особливо первинної (батьки-музиканти, наявність творів живопису в домі сприяють формуванню смаку до мистецтва у дітей) [Bourdieu, 2005, s. 98–105]. Модель споживання кожного класу є гомологічною зсередини завдяки уніфікувальній дії габітусу, тобто смаки, культурні практики акторів є подібними в різних полях (літератури, мистецтва, спорту, харчування тощо).

До речі, поряд із Бурдє, ідеї щодо відповідності соціальної позиції і смаків висував і американський дослідник Герберт Ганс. У праці «Популярна культура і висока культура: аналіз і оцінка смаку» (1974) він запропонував концепт «смакові культури», вирізняючи серед них кілька типів: висока (для еліти, орієнтована на «серйозну літературу та мистецтво»); верхньосередня (тяжіє до попередньої, разом із тим активно використовує медійні продукти); нижньосередня (орієнтація на медійні продукти, характерна для службовців, кваліфікованих робітників); низька смакова культура (низькокваліфіковані робітники, споживачі інформації «другого гатунку»); квазі-народна смакова культура (бідні, низькоосвічені верстви) [Матусевич, 2003].

В англомовній літературі частіше використовуються такі визначення: «highbrow» – буквально «високочола», рафінована культура, тобто елітні культурні продукти, зрозумілі інтелектуалам, снобам, яких так само стосується назва «highbrow»; «middlebrow» – середнього рівня культурні продукти, які поцінують обивателі, середній клас; «lowbrow» – культурні продукти низького гатунку, які подобаються представникам нижчих верств населення. Дискусії щодо таких поділів, як «елітарна – масова культура», «класична – популярна культура» мають свою довгу історію (див. зокрема: [Массовая культура, 2005; Лютий, Ярош, 2007; Мінливості культури, с. 112–140]), упродовж якої період гострого протиставлення цих модусів культури поступово змінювався на розуміння їх взаємозв'язку і взаємодоповнення їх як двох форм соціальної практики. З'явилося навіть поняття «повгров» як ознака сучасної культури, що існує поза старими ієрархіями смаку (Д. Сибрук).

Після постструктуралістських, постмодерністських досліджень – з їхнім розвінчанням усталених ієрархій, акцентуванням мінливості, плинності, полістилістичності соціокультурної реальності, індивідуалізації життєвих стилів (Ж. Бодриар, З. Бауман) – стало важко говорити про чіткі відповідності соціальної позиції і стилю культурного споживання. Розмиванню усталених соціокультурних ієрархій сприяє й бурхливий розвиток медіа-технологій, глобальне циркулювання різноманітних образів і текстів, що полегшує доступ до різноманітних культурних продуктів.

Останніми десятиліттями активно розвиваються постбурдєзіанські підходи до вивчення смаків, культурного споживання, культурної партиципації (участі в культурі) населення [Скокова, 2017b; g]. Один із напрямків таких пошуків пов'язаний із *дослідженнями всеїдності* (omnivorousness) — термін, запропонований американським дослідником Р. Пітерсоном. На основі кількісного аналізу культурних уподобань населення США він зробив висновок про слабкі прояви гомології смаків представників вищих страт. Пітерсон висунув ідею *всеїдності* як сучасної ознаки високого рівня культурного капіталу, своєрідної мультикультурності, толерантності смаків [Peterson, Kern, 1996]. Ця ідея породила велику кількість опитувань і повторного аналізу масивів із даними щодо культурних смаків і практик населення в різних країнах [Bennett et al., 2009]. Результати не є однозначними. Одні дослідники дотримуються позиції, ближчої баченню Бурдє (переважання гомології соціальної та культурної стратифікації, тобто узгодженості соціальної позиції з культурними смаками і практиками, стилем життя певних груп). Інші підтверджують явище культурної всеїдності, своєрідної культурної мобільності як руху у просторі різних жанрів. Більше уваги приділено впливу таких чинників, як вік, стать, етнічна група, раса. Разом із тим ці дослідження демонструють, що культурні практики продовжують слугувати підтриманню *символічних кордонів* між групами, їх можна використовувати для дистанціювання від певних соціальних (етнічних, расових, мовних) груп (детальніше у підрозділі 2.3.).

Останні два десятиліття доробок Бурдє у сфері соціології культури активно використовується і переосмислюється, про що свідчить значна кількість збірок і праць, присвячених його творчості [Grenfell, Hardy, 2007; Cultural Analysis, 2010; The Legacy of Pierre Bourdieu, 2011]. Вирізняють декілька ідентифікацій серед науковців із поля соціології культури, соціології мистецтва, які працюють із теорією Бурдє: «захисники спадщини» — ті, хто слідує начертаним курсом; «часткові послідовники»; «критичні ревізіонери», котрі намагаються вдосконалити певні, слабкі моменти (Б. Лаїр, Ф. Коркюф), «відмовники», які поривають із даним напрямом, намагаючись розробити власний [Cultural Analysis, 2010, с. 6]. Серед останніх відомими є праці франко-американської дослідниці Мішель Ламон, а також французьких науковців Антуана Еньона, Наталі Енік — представників посткритичної, постбурдєзіанської соціології мистецтва.

### 1.3.2. Постбурдєзiанська соцiологiя культурної партиципaцiї: версiя Б. Лаїра

Основна вiдмiннiсть доробку французької соцiологiї щодо постбурдєзiанських дослiджень практик культурного споживання – наявнiсть, окрiм емпiричних, ще й теоретичних напрацювань [Скокова, 2015a; Скокова, 2015b]. У зв'язку з цим згадують iм'я Бернара Лаїра, професора соцiологiї в Ecole Normale Supérieure Lettres (Лiон), директора дослiдницької групи з проблем соцiалiзацiї Нацiонального центру наукових дослiджень (CNRS). Він є автором кiльких монографiй, зокрема «Плюральна людина», виданої i англiйською [Lahire, 2011], «Соцiологiчна праця П'єра Бурдє» (1999), «Культура iндивiдiв. Культурний дисонанс i персональна вiдмiннiсть» (2004). Лаїр є вдумливим критиком i симпатиком Бурдє; у дiалогiчному режимi iз працями Бурдє він намагається виявити певнi прогалини у концептуальних побудовах i привести їх у вiдповiднiсть iз сучасними науковими досягненнями i змiненими соцiальними реалiями. Одне iз вразливих мiсць, на його думку – концепт унiфiкованого, рiгiдного, трансферабельного габiтусу i диспозицiй, якi, своєю чергою, продукують гомогеннi практики, в тому числi i в полi культури. Таке бачення створює дещо карикатурний, надмiрно детермiнований соцiально образ актора, що має дiяти одноманiтно в рiзних соцiальних контекстах, а також ускладнює пояснення творчої, iнновацiйної дiяльностi, змiн габiтусу.

**Недостатня увага соцiологiв до поняття «габiтус» i «диспозицiя».** Лаїр пiдкреслює, що теорiя П. Бурдє не передбачала емпiричного вивчення реалiй набуття диспозицiй габiтусу. Цi поняття (ментальнi структури, схеми, диспозицiї, габiтус, iнкорпорацiя), якi широко вживаються дослiдниками, часто слугують лише маркерами їх належностi до певного кола теорiй. Нiхто навiть не ставить питання, *яка* саме диспозицiя чи система диспозицiй i *як* саме генерує практику. Вже навiть використання в однинi таких понять як «генеративна формула», «генеративний принцип» показує, що про рефлексiю складностi цих понять не йдеться [Lahire, 2003, p. 331]. До речi, деякi автори вважають, що поняття «габiтус» є «чорною скринькою», i йому не має бути мiсця в межах наукової i пояснювальної соцiологiї (Р. Будон, Дж. Александер).

Лаїр наголошує, що поняття «диспозицiя» автором завжди використовувалося нерефлексивно: так, коли Бурдє пише у «Вiдмiнностях», що вiдвiдування концерту або гра на музичному iнструментi – практики, якi дуже сильно класифiкують, i пов'язує це з рiдкiсною обставин набуття вiдповiдних диспозицiй, насправдi можна дiзнатися лише про рiдкiснiсть практик як їхню характеристику, але нiчого – про диспозицiї, якi «кореспондують» з цими практиками. У випад-

ку тверджень Бурдьє, що літературні твори Маларме і Золя несуть на собі печатку «соціально конституюваних диспозицій автора», ми знову-таки не дізнаємося, що саме треба розуміти під диспозиціями, якими способами треба їх реконструювати соціологічно [Lahire, 2003, р. 333]. Немає жодного прикладу соціального конструювання, інкорпорації, інтерналізації або трансмісії цих диспозицій; немає індикаторів, які показали би спосіб їх реконструювання чи їх активації, використання у відповідному полі практики тощо. Вони просто виводяться із соціальних практик, пов'язаних із харчуванням, спортом, культурним споживанням – тих, що, за статистикою, найчастіше спостерігаються у респондентів. Працю про М. Гайдеггера можна вважати єдиним кейс-стаді [Бурдьє, 2003]. Проте, цей аналіз розчаровує Лаїра, бо погано реконструює умови і шляхи формування філософського габітусу Гайдеггера. Отже, робить висновки Лаїр, є два шляхи: соціологія може обійтися без цих понять («диспозиція», «схема», «габітус») і будувати пояснювальні моделі без їх використання; інший – перевірка соціологічними способами цих риторичних понять для того, щоб вони набули дійсно наукового статусу. Треба відійти від ритуальних закликів враховувати вплив інкорпорованого минулого на дії і поточні взаємодії; треба вивчати, як саме це минуле стає соціально конституюваним і як воно актуалізується в різних ситуаціях [Lahire, 2003, р. 335].

**Детальний аналіз процесу соціалізації.** Отже, Лаїр пропонує розробляти і вдосконалювати теорію соціалізації, що дало би змогу зрозуміти процес інтерналізації соціального досвіду і його результат – систему диспозицій. На його думку, важливо ставити такі питання: як саме диспозиції/схеми конструюються; чи дійсно вони слабшають і зникають без актуалізації; чи можна їх нейтралізувати через контрсоціалізацію; яким чином відбувається інтерналізація множинних диспозицій, які не утворюють когерентну систему? [Lahire, 2003, р. 335]. За Лаїром, необхідно більш чітко розрізнити *диспозиції дії* і *диспозиції віри* (переконання). У процесі соціалізації індивіди засвоюють багато переконань, тобто норм, взірців, цінностей, які підтримуються різними соціальними інститутами. Набуті звички діяти не треба отожднювати із засвоєними переконаннями: відомо, що люди можуть говорити одне, а робити – інше. У разі збігу диспозицій до дії і диспозицій-переконань не було б таких соціальних феноменів, як ілюзії, розчарування, почуття провини («нечиста совість»), які продукуються в зазорах між переконаннями і диспозиціями до дії або між переконаннями і реальними можливостями дій [Lahire, 2003, р. 337].

Власне, на думку дослідника, є різні чинники, які формують ці розбіжності. Передусім, соціальні – значна частина людей не в змозі діяти так, як приписують інтерналізовані цінності й норми –

не мають матеріальних, освітніх ресурсів, щоб досягати успіху, робити кар'єру, купувати модні товари, бути стильним тощо. Інший чинник – відсутність диспозиційних ресурсів, тобто несформованість диспозиції діяти таким чином, щоб реалізувати диспозиційно-переконання. Приклад: ідеал стрункої і спортивної фігури, яку часто бажають мати індивіди, і відсутність рутинних звичок діяти в цьому напрямі (щоденна гімнастика, дієтичне харчування тощо). Також диспозиційно-переконання можуть зоставатися нереалізованими, тому що не відбулася «зустріч» їх із тим полем і тими позиціями, якому вони могли б бути релевантні [Lahire, 2003, p. 338].

Інше розрізнення, яке пропонує Лаїр, між «диспозицією» і «потягом/прагненням» (*appetency*). Так, фраза «Це сильніше за мене» характеризує диспозицію як схильність, але вона може набувати різних індивідуальних форм: форму пристрасті (диспозиція + сильний потяг), простої рутини (диспозиція + відсутність прагнень, байдужість), шкідливої звички (диспозиція + несхвалення, опозиція до неї). Мабуть, люди не завжди «люблять те, що необхідно» (Бурдє) – в його концепції, вказує Лаїр, диспозиції завжди сильні (а не слабкі або помірно сильні); в ній немає місця тому, що люди можуть дистанціюватися від них. Відносна сила чи слабкість диспозицій можуть залежати від частоти, з якою вони актуалізуються. Відсутність умов їх запитуваності або наявність обмежень актуалізації можуть послаблювати диспозиції. Навіть міцно засвоївши певну кількість культурних, інтелектуальних та інших звичок, індивіди можуть не відчувати жодної необхідності активізувати їх, за винятком, можливо, рутини, автоматизму або зобов'язання («я це роблю, але під тиском»), діючи без пристрасті або задоволення [Lahire, 2003, p. 340]. Для ілюстрації цих ідей можна навести судження із нашого дослідження читацьких практик на основі автобіографічних повідомлень студентів: «я дуже люблю читати», «кожну вільну хвилинку я використовувала для читання», «років з 15 весь свій вільний час віддавав науковій фантастиці», «читала я все запоями», «не збираюся в'янути весь час за книжками», які виявляють варіації читацьких диспозицій [Скокова, 2002b, с. 273–274].

Лаїр, отже, робить важливий акцент: *модальність* звичок може бути різною: тиск, зобов'язання, пристрасть, дистанціювання, рутина, автоматизм тощо. Ця модальність залежить від способу набуття конкретних диспозицій; часу, коли і в який період це відбувалося, специфічного «контексту», що створює можливість їх актуалізації. Не можна ігнорувати деталізацію умов надбання і задіявання звичок, їхніх модальностей і ефектів соціалізації, лише констатуючи факт, що поведінка людей є екстерналізацією результатів інтерналізації соціальних обмежень. Акцентування Лаїром модальності практик відповідає актуальним пошукам в «новій» соціології культури.

*Проблема трансферу диспозицій.* Бурдье вважав, що має місце трансфер диспозицій: набуті в певній сфері життєвого досвіду (наприклад, сімейній), вони можуть впливати на інші сфери досвіду (наприклад, професійного, дозвіллевого), сприяючи таким чином єдності, «гомогенності» особистості. Лаїр вказує, що аби встановити, чи мало місце передавання диспозиції, точної оцінки впливу цього трансферу, треба ретельно вивчати конкретний режим соціалізації. Поняття диспозиції передбачає аналіз оцінки узгодженості різних видів поведінки, думок, практик і т.д., які в реальності часто є варіативними і дифузними. Оцінка когерентності диспозицій має здійснюватися разом з аналізом розмежування типів контекстів, доменів релевантності й актуалізації певної диспозиції, що реконструюється. Він вважає, що трансфер схеми/диспозиції є релятивним за своєю природою, і він тим успішніший, чим більше контекст його здійснення є аналогічним за змістом чи структурою контексту, в якому було набуто дану схему/диспозицію. Диспозиції стають активними тільки за певних умов, отже, основна проблема, яку створює це поняття – помилкові або передчасні генералізації.

*Множинний індивід.* Перехід на рівень індивіда і оцінка його як складного продукту різнонаправлених процесів соціалізації, змушує визнавати внутрішню плюральність індивідів як сингулярностей. Для соціальних наук – соціології, історіографії, антропології – звичним є погляд на індивіда як носія узгоджених, гомогенних диспозицій, як суб'єкта, котрий має свій стиль, почерк, що відчувається у різних сферах його буття. Зрозуміло, вказує Лаїр, що погляди на індивідів як ізольованих і сингулярних істот, які є внутрішньо автономними й мають аутентичну самість, є соціокультурним конструктом [Lahire, 2003, p. 341]. Культура західноєвропейських суспільств постійно акцентує унікальність і єдність особистості, зокрема через такі форми як «власне ім'я», рукописний підпис, презентації життя – у жанрах автобіографій, CV, похоронних промов, некрологів, історій життя тощо. Ідея «унітарного *ego*» має сильне значення в християнському суспільстві ще й тому, що вона пов'язана з ідеєю «індивідуальної відповідальності» – відповідальності перед Богом (верховний суддя) або людством (суд справедливості). Формування людини як сингулярного і автономного індивіда часто є метою ідеологічних та філософських дискурсів. Важко уявити, що залишилося б від індивідуальної відповідальності людини, якби в соціумі переважувала ідея плюральності «*ego*».

Іншу крайність демонструють постмодерністські соціологи, доводячи, що соціальний агент нескінченно різний, фрагментований, дисперсний. Важко чекати, що можна раз і назавжди встановити ступінь, в якому індивіди проявляють узгодженість або множинність. Відповідь Лаїра: (відносна) узгодженість звичок, схем, диспозицій,



які люди можуть засвоїти, залежить від узгодженості принципів соціалізації, якої вони зазнали. Чим частіше люди опиняються в різноманітних, суперечливих ситуаціях у своєму житті, і чим більше таких ситуацій на ранніх етапах, тим частіше можна очікувати на прояви гетерогенних, неуніфікованих диспозицій, які варіюють у різних соціальних контекстах [Lahire, 2003, p. 342]. Також він вважає, що ступінь єдності/плюральності є історичною змінною, отже поняття габітусу, в сенсі Бурдє, є більш застосовним в слабо диференційованих суспільствах.

**Культурні дисонанси практик.** Звісно, що сприйняття габітусу як сукупності множинних диспозицій, на відміну від трактування його як узгодженого, передбачає його здатність продукувати гетерогенні, а не лише гомогенні практики з огляду на культурну легітимність і відповідність соціальному класу. Лаїр доводить цю думку у праці «Культура індивіда» на емпіричному матеріалі повторного аналізу кількісного опитування «Культурні практики населення Франції—1997» і матеріалів більше 100 глибинних інтерв'ю. Своє завдання він вбачав в доведенні факту, що індивідуальні варіації в поведінці і установках мають соціальну зумовленість, а також у перевірці тези трансферу диспозицій з одного домену/субдомену культури до іншого. Він наголошує, що «плюральність диспозицій і компетентностей (за умови плюральності соціалізаційного досвіду в питаннях культури), з одного боку, і варіативність контекстів, в яких вони задіяні в гру — з іншого, є, з соціологічної точки зору, елементами, які утворюють варіації в поведінці однієї і тієї ж людини, або певної групи осіб, залежно від доменів практики, властивостей контексту дії або особливих обставин практики» [Lahire, 2015, p. 109].

Його міні кейс-стаді — це історія пана В., який будучи філософом, полюбляв читати не лише наукові трактати, а й вестерни, детективи, поліцейські історії — жанри «несмаку» для інтелігенції того часу (мається на увазі Л. Вітгенштейн). Навіть повсякденні спостереження доводять, що індивіди часто включені в різноманітні культурні практики, а не лише ті, які приписані їм за статусом — відповідно до теорії культурної легітимації; що їм властиві амбівалентності, почергове звернення до тих чи інших продуктів культури, різних за складністю, серйозністю, формою тощо. Не можна сказати, що Лаїр відмовляється від існування поділів на кшталт «мистецтво/розваги», «складне/просте», «витончене/вульгарне», «серйозне/легко-важне», «глибоке/поверхневе», «священне/профанне» тощо. Він говорить, що не можна не помічати реалій розмивання цих поділів, їх часткового симбіозу, а отже і тиску до посилення різноманітності індивідуальних виборів у полі культури. Причин цього декілька: поширення пропозиції культурних продуктів, особливо завдяки новим технологіям; значна диференціація тих соціальних, професій-

них контекстів, в яких задіяні соціальні актори; інституційні впливи, особливості культурної політики. Лаїр вирізняє дві форми культурного домінування: кількісне домінування популярних форм і жанрів (кіно, телебачення, розважальна музика); домінування через ознаки рідкості і престижу (твори, поширювані і пропаговані інститутами, які перебувають під опікою держави – музеї, бібліотеки, виставкові і концертні зали, театри [Mogeanu, 2006]).

Він зупиняється на критиці теорії культурної легітимації, показуючи, що не можна зводити все багатство виборів у полі культури лише до соціальних детермінант, соціальної репродукції нерівності через сімейне виховання і систему освіти. Споживання культури під час відпочинку, для релаксації, яке не потребує пристрасті, ангажованості, інтелектуальних чи фізичних зусиль, практикується серед різних верств населення і не залежить від класового габітусу. Відіграє свою роль контекст – споживання культури у домашньому просторі, на безплатних засадах – телепередачі, радіо, які часто стають фоном для інших занять, «заглядування» час від часу у соціальні мережі, ігри з дітьми, зустрічі з приятелями – всі ці заняття є «звичайним дозвіллям» (Р. Стеббінс) і майже не диференціюють населення. Ці спостереження підтверджуються й даними аналізу культурних практик в українському суспільстві, частина з яких представлені однаковою мірою (за інтенсивністю та обсягом) серед соціальних груп. Зокрема, високостатусні і середньостатусні групи мають 60% статистично недиференційованих культурних практик [Ручка, Скокова, 2012].

Проте ефекти легітимації мають свій вплив, як і нормативні переконання у важливості, значущості «високої культури», сліди яких відшукуються у стратегіях пояснення, виправдання своїх культурних практик респондентами. Лаїр показує, що соціокультурний конструктор «високої культури» може втрачати своє значення і сенс, коли переконання про важливість цього явища відмирає. Це характерно, наприклад, для спільнот фанів або молодіжної культури в широкому сенсі, де мають владу інші фактори і механізми (думка ровесників, медіа-просування різноманітних комерційних продуктів, поява нових гаджетів). Своєрідним виправданням при використанні пропозицій популярної культури стає поділ на споживання, орієнтоване на задоволення цікавості, і споживання з перспективи культурного стилю і смаку або т.зв. споживання другого ступеню, яке означає іронічне ставлення до продуктів популярної культури [Breczko, 2006].

Лаїр на основі даних опитування та глибинних інтерв'ю вирізняє декілька культурних профілей. Один із них – *узгоджений* (consonantes), він характерний для вищих і нижчих верств населення. Гомогенні вибори найбільш легітимних культурних практик потребують високого рівня культурного капіталу, набутого в

колi родини, в процесi здобуття вищої освiти. Цi узгодженi практики поширенi серед представникiв повоєнного поколiння, практично не залучених у новi медiа та форми розважальної культури. Вiдсутнiсть ресурсiв i компетенцiй внизу соцiальної драбини теж призводить до вибору унiфiкованих взiрцiв споживання культури в її слаболегiтимному варiантi. Отже, гомогенiзацiя може бути продуктом культурної та матерiальної депривацiї; на iншому полюсi вона може бути результатом давнього i «натуралiзованого» включення в найбільш легiтимнi культурнi рамки.

Профiль *неузгоджених* (dissonantes) культурних практик має місце на всiх рiвнях соцiальної структури. Лаїр зводить гетерогеннiсть виборiв до кількох ключових факторiв, обумовлених насамперед плуралiзацiєю i конкуренцiєю мiж рiзними культурними впливами (сiм'ї, школи, ровесникiв, а також медiа та iнститутiв культури) у високодиференцiйованому суспiльствi. Вiн намагається показати вiдмiнностi, якi пролягають скорiше не мiж соцiальними групами, а в самих iндивiдуальних виборах.

Конструюючи ключовi соцiальнi детермiнанти неузгодженостей сучасних культурних практик, Лаїр видiляє основнi чинники [Breczko, 2006, p. 326]. Перший – це культурна соцiалiзацiя в сiм'ї, залежна вiд загального обсягу економiчного i культурного капiталу, яким володiє сiм'я, структур його розподiлу, а також характер освiти батькiв (гуманiтарна, технiчна). Другим фактором є повторна культурна соцiалiзацiя, в якiй вiдображаються гeндернi соцiальнi норми стосовно культурних практик, приписуваних як належнi. Основну роль тут вiдiграє школа, яка репродукує стилi i манери, рiзнi для жiнок i чоловiкiв (танцi та спортивнi видовища, мелодрами i бойовики). Третiй чинник – культурна соцiалiзацiя, здiйснювана за допомоги рiзних освiтнiх, полiтичних, релiгiйних, соцiальних iнститутiв – її результатом є або консервативний, або лiберальний свiтогляд, який виробляє рiзне ставлення до мистецтва. Четвертим фактором є освiтня траекторiя, до якої Лаїр пов'язує з типом освiти (гуманiтарна/технiчна). П'ятим фактором є кiлькiсть рокiв навчання i в результатi вибiр професiї. У цьому випадку враховується місце роботи, соцiальний статус, пов'язаний iз професiєю, а також характер виконуваних професiйних занять. Шостий i сьомий фактори пов'язанi iз приватною сферою – манерами (смаками) партнера/партнерки, а також середовищем друзiв i колег. I нарештi, восьмим фактором є вiк i контекст iндивiдуальної бiографiї респондента.

Всi цi чинники впливають на формування сучасних гетерогенних культурних практик, якi треба сприймати у зв'язку iз ширшими соцiальними тенденцiями. До основних належить пiдвищена соцiальна мобiльнiсть, не тiльки мiжпоколiнна i внутрiшньпоколiнна,

а й також географічна і міжкультурна. Її наслідком часто є суперечності між культурою, набутою вдома, і надбаною у процесі освіти, професійної кар'єри, переміщення в інші соціальні кола. На дисонанси культурних практик може мати вплив й нисхідна соціальна мобільність, хоча набуті раніше культурні преференції і смаки можуть стати засобом хоча б символічного утримання колишнього статусу. Іншим чинником, що формує культурні смаки, – є референтні групи – ровесники, колеги, а також сімейна ситуація (преференції партнерів, факт наявності або відсутності дітей). Це власне той контекст віднесення, який створює іншу матрицю можливих виборів – культурні практики, спрямовані більше на «підтримку компанії» або «отримання задоволення», переважно розваги з дітьми [Buczko, 2006, р. 330]. Цей момент виразно суперечить ustalеним в соціології культури підходам, що розглядають культурне споживання через призму лише індивідуальних смаків. Отже, емпіричні результати досліджень французького суспільства показують значну частку дифузних і гетерогенних культурних практик, їх залежність від різноманітних факторів і контекстів, гібридність і неузгодженість культурних смаків. Ці дослідження своєрідно доповнюють активну розробку проблематики всвідності у культурному споживанні, започатковану Р. Пітерсоном. Щоправда, від концепції останнього Лаїр відмежовується, наголошуючи, що в основі його пояснень лежить *диспозиційна і контекстуальна* теорія дії, яка є явно мультидетерміністською і складнішою, вказуючи на мережу інкорпорованих і об'єктивних соціальних детермінацій, які обумовлюють індивідуальні практики [Lahire, 2015, р. 109].

Б. Лаїра, як і Ф. Коркюфа, який теж працює в цьому напрямку і розвиває поняття плюрального актора, вважають науковцями, які зробили істотний внесок у плідний розвиток бурдєз'янської парадигми. Проте сказати, що вони вирішили проблему інерції габітусу, не можна, на що вказують й інші дослідники [The Legacy, 2011, р. 251]. Проблематизації та пошуки в цьому напрямку є важливими, бо саме концепт габітусу покликаний пояснити інтерналізацію та інкорпорацію соціальних норм і правил та конвертацію їх в індивідуальні диспозиції діяти певним чином, схилитися до вибору тих чи інших практик, в тому числі в доменах медіа, мистецтва, дозвілля. Чітка відповідність ієрархій соціальних і культурних нерівностей, зафіксована Бурдє, зокрема через опис трансферабельних диспозицій/смаків і гомогенних практик культурного споживання, не завжди відповідає реаліям сучасних висококодиференційованих суспільств і потребує подальших пошуків і експлікацій.

### 1.3.3. Культурні практики в рамках реляційної і естетичної соціології мистецтва та культури

Останнім часом відбувається становлення «нової соціології мистецтва», особливо в полях соціології живопису, соціології музики, соціології аматорства. Власне, можна говорити про співіснування конвенційних і нових *стилів аналізу* культурних процесів і практик. Так, у сучасній академічній науці соціологія мистецтва асоціюється з дослідженнями – на базі якісних/кількісних даних: а) сприйняття мистецтва – культурного споживання й участі в культурі, категорій естетичного сприйняття і смаку, режимів оцінювання творів мистецтва тощо; б) художньої продукції – економічного, соціального, правового статусу автора, професійної кар'єри митців, змісту творчості, в) впливів віку, статі, професійної освіти, соціального походження на колективні уявлення про мистецтво, на творчість митців; г) культурних посередників – кола визнання авторів і творів, ролі видавців, критиків [Шульга, 2008; 2015; Семашко, 2004].

**Прагматична соціологія мистецтва.** Останніми десятиліттями в соціології набуває популярності прагматична соціологія, «соціологія асоціацій». Знаними представниками є Л. Болтанські, Л. Тевено, Б. Латур, Дж. Ло та ін. Французькі соціологи мистецтва А. Еньон і Н. Енік розвивають підходи до аналізу культурних практик, близькі до підходів прагматичної, реляційної соціології. Прихильники цих новітніх підходів намагаються відірватися від бурдєзiанської соціології з її критичними акцентами на соціальних і культурних ієрархіях, владних домінаціях, нерівному розподілі капіталів у суспільстві, інституційному репродукуванні нерівностей тощо. Їх більше цікавить аналіз перебігу соціальних дій, культурних практик у реальних контекстах на основі деталізованих емпіричних реконструкцій. Також помітним є дистанціювання від «культурних студій», «соціального конструктивізму» культурної теорії та «культуральної соціології» [Скокова, 2016f; 2017b; 2018i].

У соціології мистецтва прагматичний підхід фокусує на описах щільного переплетіння ситуативних людських дій і об'єктів із метою експлікації множини рамок, які організують реальні взаємовідносини в полі мистецтва (символічні, організаційні, комунікативні, технологічні, тілесні тощо). Жоден мистецький акт не стане таким, якщо не включатимуться в роботу культурні посередники: наприклад, у полі візуальних мистецтв вони оцінюють річ як витвір мистецтва, поводяться з нею належним чином – обрамляють, зберігають, страхують, описують, виставляють її в галереях, випускають каталоги, продають на аукціонах, коментують у медіа тощо. Дієвість, упливовість

культурних посередників наочнішою є в моді, рекламі, дизайні, на- томість специфіка багатьох інших культурних доменів залишається нерозкритою. У своїх працях Н. Енік намагається ліквідувати ці про- галини, аналізуючи, зокрема, візуальні мистецтва, літературу, куль- турну спадщину тощо [Danko, 2008; Heinich, 2014; Эник, 2017].

Уявімо собі виставку творів певного художника, здобуття ним престижної нагороди, визнання в суспільстві. Постають питання: які практики конституюють митця в його професії? Який діапазон реакцій на його творчість можемо спостерігати в суспільстві? Тради- ційна соціологія мистецтва може зосередитися на таких питаннях: якою була професійна соціалізація митця (у якій родині, в якому оточенні він виріс, де навчався і які мав успіхи, в яких конкурсах брав участь, яку позицію посідає в художньому полі стосовно обсягу і структури капіталів тощо). Інший аспект – рецепція творів, яку можна вимірювати в цифрах за згадуваннями у спеціалізованій пресі або в мас-медіа, за оцінками і кваліфікаціями його творчості кри- тиками, за відгуками відвідувачів виставок чи коментарями на сайті, де розміщені фотографії творів.

Аналітична перспектива, яку обирають прихильники прагма- тичної соціології мистецтва, – дослідження шереги медіацій, які мали місце в певний період часу, наприклад, між появою першої помітної роботи, яку схвально оцінили, і відкриттям виставки у престижній арт-галереї, тобто аналіз певного часового відрізка, ре- зультатом якого є здобуття визнання, популярності, входження (чи ні) до числа знаменитостей [Heinich, 2014, р. 35]. Простежуючи цей шлях, дослідники натраплятимуть на розмаїття сутностей – об'єкти (наприклад, рамка, як у Зіммеля, чи поява фарби в тюбах, як у подружжя Уайтів) [Социология вещей, 2008, с. 48–53; Уайт Х., Уайт С., 2000], слова (рецензії, відгуки), звуки (овації/освис- тання або улюблена музика, що надихає митця), будинки (галереї, музеї, майстерня тощо), люди (викладачі, критики, галеристи, чи- новники, меценати, колекціонери, глядачі та ін.) тощо.

Цю безліч сутностей/медіацій А. Еньон визначає як послідовність різноманітних операцій, яка дозволяє твору сприйматися і привлас- нюватися іншими людьми (не автором) [Hennion, 2005, р. 134]. Такі кропітки реконструкції дозволяють зрозуміти дію в її конк- ретному оточенні, показати мистецькі практики як комплексні набори пов'язаних сутностей, кожна з яких посідає своє місце і здатна зруйнувати певний хід подій за відсутності, неактуалізова- ності або фальшивого виконання своєї ролі.

Інші науковці з поля соціології мистецтва також закликають відійти від Бурдьє з його соціоструктурними поясненнями смаків і

культурних виборів під гаслами «естетичного повороту», «перформативного повороту». Так, британська дослідниця Джорджина Борн указує на те, що в конвенційних підходах відійшла в тінь самоцінність, унікальність творів мистецтва, отже, треба повернутися до їх матеріальних властивостей, здатності конституювати внутрішнє життя митців і споживачів. Прикладом може бути нередуктивне трактування творів і творчості в антропології мистецтва (А. Гелл). Експресивні, матеріальні, темпоральні, просторові властивості художніх форм, на її думку, відіграють значну роль у соціальних відносинах і мають бути самостійним предметом культурної аналітики [Born, 2010].

Подібні думки висловлює відома британська дослідниця соціології музики Тіа Денора. Вона вважає, що розгляд музичних смаків лише як ознак соціального статусу і соціокультурної ідентичності у просторі відмінностей надає дуже обмежене бачення ролі музики, музичних смаків і практик прослуховування. Зустрічі з музикою є дуже різними, вони залежать від контексту, емоційних станів, звукових/матеріальних властивостей самих музичних творів. Способи «практикувати» музику теж різні (наприклад, обирати твори, які зможуть заспокоїти або підбадьорити). Так само різними є (неочікувані) ефекти, які здатна справляти музика, – викликати тілесні, фізіологічні реакції (задоволення, роздратування тощо), активізувати спогади і ширше – конституювати ідентичності [DeNora, 2005]. Стани піднесення, які здатні викликати у людей прослуховування музики й участь у релігійних ритуалах, порівнюють у своєму дослідженні Р. Коллінз і К. Бенцекрі [Benzecry, Collins, 2014]. Вони обстоюють мікросоціологію культурного споживання, яка б, зокрема, привертала увагу не лише до статусності, престижності залучення до високого мистецтва, але й до тієї насолоди, яка виникає внаслідок поєднання музичного перформансу і сприйняття музики навченим, компетентним індивідом.

*Практики Аматора в оптиці прагматичної соціології.* Подібний наприклад – феноменологічну і реляційну соціологію аматорства – розвиває А. Еньон. На підставі багатолітніх досліджень він доводить, що культурний продукт сам по собі не можна визначити як належний до «високої культури» чи «популярної культури». Ці легітимні класифікації практично не діють на сприйняття твору, якщо вони не відомі/не цікаві реципієнтам. На основі експериментів (подібних до групових дискусій) він показує, що прослуховування фрагменту навіть визнаного класичного музичного твору справляє неоднозначне враження на різнорідну публіку, що зібралася на семінар. Слухачі з музичною освітою намагалися задіяти свою ква-

ліфікацію, описуючи почуту музику, але ніхто з них не впізнав ані автора, ані назву твору. Прихильники реп-музики оцінили твір як: «щось таке слухають мої батьки» [Hennion, 2008, p. 38]. А. Еньон доводить на цьому прикладі, що музичний твір поза контекстом (усвідомленого вибору, наявності музикального слуху, постійного залучення в певну музичну культуру, збігання настрою, емоцій і певного твору) може не досягти очікуваного ефекту.

Прагматична соціологія мистецтва звертає увагу на властивості об'єкта (у цьому разі музики) – що вона здатна робити в ситуації взаємодії, які ефекти справляти, які емоції викликати/блокувати, які тілесні зміни провокувати. Еньон, як і інші сучасні дослідники «матеріального», використовує поняття «аффорданс» (*affordances*), тобто потенційні можливості, допустимості – що можна зробити з об'єктом з точки зору слухача/користувача. Вписані в об'єкт «сценарії» використання є матеріалізованими смислами (колискові відрізняються від маршів уже своїми назвами), ці допустимості сприймають як природні, належні – такі, що не потребують спеціальних рефлексивних зусиль. Сценарії приписують, як *належить* використовувати той або об'єкт, – навряд чи можна заколисати дитину бравурним маршем). Музика – складний культурний об'єкт (недарма П. Бурдье вважав, що музичні смаки є важливими розрізнявальними маркерами соціальної позиції). Таким само складним культурним об'єктом, за Еньоном, є витримане, коштовне вино [Hennion, 2005]. Лише людина, яка тренувала свій смак, навчалася *тестувати*, розрізняти тонкі відтінки смаку, здатна вступити у складний процес аффорданса як дій, які потенційно *можна* виконати з об'єктом, розкриваючи його властивості. Чи зможе не-гурман пригубити *цінне* вино і зрозуміти його смак, відчуті все розмаїття барв і відтінків? Чи зможе він здійснити процеси оцінювання, класифікацій, сигніфікацій, які демонструють нам сомельє чи аматори, які присвятили своєму хобі багато часу свого життя? Чи кожному зможе розкрити вино свій потенціал, показати всю складність своєї сутності?

Така увага до вивчення практик, класифікацій, категоризацій, оцінювання є загальним трендом світової соціології культури. В американській соціології формується напрямок *соціології евалюації* у рамках широкого руху культуральної соціології. Дослідження оцінювання як соціальних явищ класифікацій, сигніфікацій, типізацій, приписувань цінності тим або тим культурним об'єктам дедалі частіше трактують процесуально – як контингентно виникаючі фігурації дій/взаємодій людського і матеріального; як напругу між «діяннями» і «висловлюваннями» у практиках оцінювання, як переплетіння символічного, тілесного, когнітивного, матеріального, діяльнісного [Beijean, Chong, Lamont, 2016].



Напрямки постбурдєзiанської прагматичної соціології аматорства, естетичної, реляційної соціології мистецтва зосереджуються на якісних, етнографічних даних для розуміння оцінюваного, поцінованого, осмислюваного; ці дані аналізують як складні ланцюги взаємодій людей і об'єктів, *human* і *non-human*. Дослідників цікавить сприйняття людьми культурних об'єктів не лише через рамку інституційно трансльованих культурних кодів, конвенційних систем класифікацій, але і як результат узаємодії тілесних, когнітивних, емоційних станів людини, а також «сценаріїв» і потенційних «можливостей» (*affordances*) матеріальних актантів, актуалізованих у певному просторі та часі. Ці ефекти, наприклад, естетичні переживання, не є властивістю суто соціальних акторів (у сенсі впливу віку, статі, класового походження тощо), але також не є властивостями культурних артефактів, вони виникають із *реляцій* між соціоісторичною специфікою диспозицій і варіаціями культурних об'єктів.

Отже, на дослідження культурних практик вплинули сучасні прагматичні, реляційні підходи з їх увагою до складних реляцій людей (їхніх тілесних навичок, культурних компетентностей) і матеріальних/культурних об'єктів, можливих конфігурацій таких поєднань. У центрі уваги вже не виключно людина з її смаками, думками про культурні продукти, а констеляції людей, об'єктів, середовища. Важливо, *що саме* «культурне матеріальне» здатне робити для людини – підвищувати настрої чи заспокоювати (як музика), можливість поринати в увяну реальність (як художня література) тощо. Речі (культурні продукти) можуть по-різному бути використані в різних обставинах, хоча варто враховувати певний кінцевий набір цих можливостей. Не кожному індивіду культурні продукти спроможні розкрити свої властивості, отже, в центрі уваги опиняються процеси набуття компетентностей, смакування, а не смаки, здатність аматорів утворювати сенситивні констеляції з речами для досягнення задоволення від культурної партиципації. Ідеться радше про непрості шляхи набуття культурного статусу, а не про соціальний статус як головну детермінанту культурної партиципації, соціальний престиж участі в культурі, її розмежувальні властивості, як у бурдєзiанських підходах.

## РОЗДІЛ 2. ОПЕРАЦІОНАЛЬНІ ВИМІРИ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК

### 2.1. Методологічні альтернативи у вивченні культурних практик: об'єктивізм, інтерпретативна соціологія, критичні підходи

#### 2.1.1. Об'єктивістські підходи у дослідженнях дозвілля

Культурні практики в рамках «теорій середнього рівня» вивчають у соціології дозвілля, соціології культурного споживання, соціології масової комунікації, соціології мистецтва та інших дисциплінах, застосовують також окремі підходи у рамках цих дисциплін. Для огляду комплексного і мультидисциплінарного поля емпіричних досліджень культурних практик скористаємося відомою схемою-рамкою вирізнення альтернативних методологічних підходів у соціальних науках і розглянемо їх можливості в історико-соціологічній перспективі на прикладі вивчення культурних практик, у соціології дозвілля, соціології культури, соціології мистецтва, соціології медіа, «культурних студій». Як основу виокремимо три базові методологічні підходи – позитивістський і постпозитивістський, або об'єктивістський, інтерпретативний підхід, критична теорія [Ионин, 2004; Guba, Lincoln, 2005; Willis, 2007]. Ці підходи відрізняються за своїми онтологічними, епістемологічними, методологічними, аксіологічними засадами, які впливають на постановку проблеми, фокус аналізу, вибір методології та методів, позицію ціннісної нейтральності чи заангажованості дослідника у проблематику тощо [Отрешко, 2009; Пилипенко, Вишняк, Куценко, 2003, с. 7–15; Судаков, 1995; 2012; Скокова, 2009а; Тарасенко, Майструк, 2011]. Дослідження в рамках альтернативних парадигм є сьогодні більш-менш звичною практикою, період дискусій щодо переваг і недоліків тих чи тих методологій, якісних чи кількісних методів відійшов, здається, в минуле. Стають зрозумілими взаємодоповнюваність різних теоретико-методологічних напрямків, необхідність пошуків синтезуючих рішень, міждисциплінарності досліджень, застосування комбінацій кількісних і якісних технологій, поширення новітніх технологій онлайн-досліджень у різних їх формах [Соціологічна культура, 2011; Сучасні методи, 2013; Методологія і методи, 2017].

*Інституціоналізація досліджень дозвілля.* На розвиток соціології дозвілля впливали різні чинники – соціальні зміни в суспільстві, теоретико-методологічні новації в соціальних науках, поступова зміна домінантної проблематики і способів аналізу в самому полі

досліджень дозвілля. Відносне підвищення рівня життя в багатьох країнах (порівняно з післявоєнним періодом) сприяли виокремленню та інституціалізації соціології дозвілля і міждисциплінарного поля досліджень дозвілля у 1960–1970 роки. Стає популярною ідея переходу від суспільства праці до «суспільства дозвілля» французького науковця Ж. Дюмазедьє. Характеристиками цих перехідних суспільних станів стають підвищення матеріального добробуту широких мас населення в умовах стабільного економічного зростання; скорочення робочого тижня у зв'язку з підвищенням продуктивності праці; вивільнення часу від хатньої праці з доступністю побутової техніки; зацікавлення культурними благами внаслідок поширення грамотності та підвищення рівня освіти; розвиток культурної інфраструктури, набирання обертів культурною індустрією, індустрією дозвілля, які активно залучали до споживання культурних продуктів, дозвіллево-рекреаційних послуг; зміна ціннісних орієнтацій, поширення індивідуалістичних, гедоністичних, постматеріалістичних настанов тощо [Цимбалюк, 2003; Скокова, 2006].

Зростання культурно-дозвілдової активності людей сприяло появі нових спеціальностей у сфері культури і дозвілля, збільшенню кількості зайнятих у ній працівників, в тому числі психологів, соціологів, маркетологів. Аналіз тенденцій щодо участі населення в дозвіллі та культурі був потрібний представникам влади, органів управління, бізнес-структур тощо. У різних країнах починають здійснювати статистичні, соціологічні, маркетингові дослідження, пов'язані з проблематикою культурно-дозвілдової сфери.

Обмін досвідом проведення таких досліджень сприяв інституціалізації дисциплінарного поля соціології дозвілля на національному і міжнародному рівнях. У США, Канаді, Австралії, країнах Західної Європи з 1970 років починають діяти асоціації, виходити спеціалізовані журнали, які сприяють налагодженню комунікації в середовищі спеціалістів із дозвіллевих досліджень. Досить багато наукових організацій у цій сфері з'являється у США, зокрема Світова асоціація дозвілля і рекреації (WLRA), Академія з вивчення дозвілля (ALS) тощо. Видаються часописи «Journal of Leisure Research», «World Leisure». Заснована 1981 року Канадська асоціація досліджень дозвілля (CALS) видає двомовний щоквартальник «Leisure/Loisir». Австралійська і Новозеландська асоціація досліджень дозвілля (ANZALS) з 1998 року випускає щоквартальник «Annals of Leisure Research». 1975 року була організована Асоціація досліджень дозвілля (LSA) у Великій Британії, яка видає часопис «Leisure Studies». На розвиток співпраці розрахований міжнародний журнал «Leisure Sciences», який публікує наукові дослідження у сфері дозвілля, рекреації, туризму з перспективи соціальних наук.

Розвиткові комунікації в соціологічному середовищі на міжнародному рівні сприяло створення 1970 року Дослідницького комітету з соціології дозвілля (RC 13) Міжнародної соціологічної асоціації. 2018 року почав виходити «International Journal of the Sociology of Leisure» як офіційне видання комітету RC 13. На XIX міжнародному конгресі МСА проведено засідання секції RC 13. Обговорювані питання стосувалися таких тем – корпоративізація дозвілля; влада, насилля і справедливість; смисли дозвілля в культурах глобального світу; медіа-наративи і сучасна культура; мобільна комунікація і дозвіллеві практики в поєднаному світі; музика, спільнота і дозвілля; дозвілля, місто і територія; дозвілля і розвиток; соціальна інклюзія і служби дозвіллевих послуг; дозвілля людей старшого віку; дозвілля і технологія; дозвілля для комфортного життя. Усього було подано 85 заявок, що свідчить про актуальність такої проблематики у світовій соціології [XIX ISA World Congress, 2018].

З 2017 року видавництво «Palgrave» започаткувало серію «Дозвіллеві студії у глобальну добу». Новацією стало залучення широкого кола науковців, які презентують дослідження дозвілля поза західними країнами – Індія, Японія, Турція тощо. У виданні 2018 року наголошено, що студії дозвілля завжди були мультидисциплінарними, при цьому домінували позитивістські, сциєнтистські, менеджеріальні та практичні способи теоретизування і проведення досліджень [Global Leisure, 2018]. Останніми десятиліттями предметне поле розширюється, активно розвиваються дослідження спорту, менеджменту масових подій, туризму. Разом із тим спостерігається ренесанс критичних дозвіллевих студій, пов'язаних із соціологією, культурною географією, культурними студіями. Продовжуються теоретичні пошуки в цій царині, зокрема вирізняють доробок британського науковця К. Рожека, котрий працює на перетині соціології, студій дозвілля та культури [Rojek, 2010; Blackshaw, 2012]. Автори збірки «Глобальне дозвілля і боротьба за краший світ» доводять висновку, що у студіях дозвілля відбувається зрушення від фокусування переважно на відпочинку і рекреації до охоплення проблематики глобального, локального і віртуального дозвілля, з залученням ідей із філософії, теології, антропології, історії, психології, соціології, культурних студій, явними стають критичні акценти [Global Leisure, 2018].

*Збирання даних щодо культурно-дозвіллевих практик.* Об'єктивістські підходи як методологічна рамка історично посідають домінуючу позицію в дослідженнях дозвілля, вільного часу, участі в культурі населення. Головні проблеми, які вивчаються, пов'язані з кількістю вільного часу у структурі життєдіяльності представників

різних соціальних груп, функціями дозвілля, обсягом і регулярністю культурно-дозвіллевих, рекреаційних занять різних соціальних груп населення (вікові, гендерні, професійні, етнічні групи тощо), переважними дозвіллевими заняттями, причинами, які перешкоджають практикувати бажані взірці проведення дозвілля, рівнем задоволеності рекреаційно-дозвіллевими і культурними практиками, динамікою участі населення в дозвіллі.

Дані, залежно від мети дослідження, отримуються переважно за допомоги кількісних технік – репрезентативних опитувань, бюджетів часу. Останніми десятиліттями і в об'єктивістських підходах дедалі популярнішими стають якісні техніки (як допоміжні) – неструктуровані інтерв'ю, фокус-групові дослідження, які застосовують із метою прояснення дозвіллевих і культурних переваг представників різних цільових груп – аудиторій мас-медіа, публіки закладів культури і відпочинку, споживачів дозвіллевих, рекреаційних, туристичних, культурних послуг тощо.

Уже з 1960 років здійснюються регулярні репрезентативні обстеження участі населення в дозвіллі, культурі, спорті науковцями багатьох країн. Їх проводять у двох основних формах: ґрунтовані на дослідженні активності (*activity-based*) або на дослідженні бюджетів часу (*time-based*). У разі моніторингового характеру [Головаха, Паніна, 2006] є можливість порівнювати дані, встановлювати тенденції, пов'язані зі змінами культурно-дозвіллевих взірців, що виникають під впливом різноманітних чинників – соціальних, економічних, інвайроментальних, демографічних і т. д. Таких даних потребували урядові та адміністративні інституції для розвитку соціальної та культурної політики, прогнозування змін у сферах дозвілля, рекреації, туризму, мистецтва тощо.

Популярним способом отримання даних щодо культурно-дозвіллевих практик у рамках об'єктивістських підходів стали дослідження «бюджетів часу». Час дозвілля, вільний час в таких дослідженнях є одним із компонентів бюджету часу. Об'єктом аналізу в таких дослідженнях є повсякденне життя людей – за допомоги показників розподілу часу на заняття отримуємо можливість фіксувати й аналізувати дії людей у сферах праці, побуту, освіти і дозвілля. Ці дії відбуваються в їх наборі, тривалості, частоті, періодичності, локалізації у просторі і т. д.

У радянській соціології масштабні щоденникові дослідження були популярними, після перебудови їх проведення стало обмеженим, локальним, часто зводиться до питань в інструментарії дослідницьких проектів щодо витрат часу на певні заняття [Бова, Беленок, 2016]. У 1965–1966 рр. паралельно було проведено обсте-

ження бюджетів часу населення ряду країн – Бельгії, Болгарії, США, Франції, Угорщини, Польщі, ФРГ, НДР, Чехословаччини, СРСР, СРФЮ, яке координував О. Салаї. Різні країни провели дослідження, дотримуючись узгодженої методології; пізніше й деякі інші країни впроваджують цю методологію [Cross-National, 1977]. Цьому сприяла й Міжнародна асоціація досліджень використання часу (The International Association of Time Use Research, IATUR), заснована 1970 року на засіданні МСА. Нині працює її веб-сайт, відбуваються конференції з метою сприяння співпраці між дослідниками щоденників часу. З 1970 по 2016 роки проведено 38 конференцій.

Вже з часів щоденникових досліджень науковці запроваджують термін «участь у культурі». Його використовують, наприклад, у праці «Людина після роботи» [Гордон, Клопов, 1972], написаній на матеріалах щоденникових обстежень працівників підприємств Дніпропетровська, Одеси, Запоріжжя, Костроми. Серед побутових витрат часу вирізнялися: хатня праця; заняття з дітьми; позасімейне спілкування; участь у культурі; спорт, фізкультура, відпочинок за містом; громадська діяльність; бездіяльнісний відпочинок. Участь в культурі передбачала: а) індивідуально-домашнє споживання культури (читання газет; читання книг і журналів; телеперегляд), б) публічні вистави (кіно, театр і т. п.), в) аматорські заняття і непрофесійна творчість, г) освіта і самоосвіта. Інший термін, який використовували у дослідженнях тих часів – культурна діяльність. У вузькому (операціональному) сенсі її визначали як діяльність людини з приводу виробництва, поширення, збереження, споживання цінностей духовної культури [Культурная деятельность, 1981]. Серед видів культурної діяльності населення в опитуваннях застосовували різні альтернативи: читання книг і журналів, телеперегляд, відвідування кінотеатру, аматорські заняття, заняття технічною/художньою творчістю.

В 1960-1980-і роки в Україні, як і в інших республіках, регіонах СРСР проходять емпіричні дослідження дозвілля, культурної діяльності населення, але вони не виходили на рівень репрезентативних обстежень дорослого населення в цілому зі спеціальною метою вивчення участі в культурі. Значущим для розвитку соціології вільного часу вважають дослідження 1963-1966 років за керівництвом Б. Грушина – анкетне опитування 2730 городян на основі стратифікованої вибірки, що репрезентувала доросле міське населення СРСР [Грушин, 1967]. В основному превальювали обстеження окремих соціальних груп (наприклад, робітників заводів, сільчан певних регіонів, молоді) або аудиторій мистецтва, ЗМІ, читацьких запитів в бібліотеках, дозвіллевих практик тих чи інших категорій, активності учасників клубної самодіяльності та ін.

Так, у нашому розпорядженні є екземпляр соціологічної анкети\* (Львів, 1967), розробленої для опитування працівників Львівського телевізорного заводу науковцями Львівського відділення Інституту економіки АН УРСР, Інституту філософії АН УРСР, кафедри філософії Львівського політехнічного інституту. В цій анкеті міститься обширний блок питань, присвячених «потребам духовного і фізичного розвитку» опитуваних. Питання стосуються участі в громадській роботі; кола спілкування у вільний час; участі у художній самодіяльності; аматорських видів творчості; занять спортом і фізичною культурою; культурних і дозвіллевих потреб і запитів; улюблених занять у вільний час.

Дослідження участі в культурі часто ставали елементом вивчення способу життя, трудових цінностей, бюджетів вільного часу [Соціологія, 1998, с. 529]. Так, у монографії науковців Інституту філософії АН УРСР, присвяченій вивченню ціннісних орієнтацій робочої молоді, один із розділів був присвячений вільному часу, соціальним аспектам дозвіллевої активності [Аза, Поддубный, Ручка, 1978]. Соціологічні проекти тих часів, переважно направлені на дослідження трудових колективів, соціально-професійних груп, часто передбачали включення в опитувальники питань, які стосувалися дозвіллевих і культурних потреб, користування культурно-дозвіллевою, рекреаційною (відомчою/територіальною) інфраструктурою. Були і дослідження суто дозвіллевих і рекреаційних настанов і занять; так, опитування серед керівників середнього і нижчого рівня підприємств Києва, що його проводили науковці Інституту філософії АН УРСР, мало назву «Відпочинок і дозвілля» [Социологическая анкета, 1980]. В період перебудови здійснено дослідження впливу медіа на громадську думку молоді [Массовая информация, 1990].

Теоретичні та емпіричні аспекти вивчення дозвілля, культурно-дозвіллевих, мистецьких занять в нашій країні періоду незалежності були докладно висвітлені у працях українських соціологів [Победа, 1997; Соціологія культури, 2002; Цимбалюк, 2003; Пилипенко, Вишняк, Куценко, 2003, с. 96–106; Семашко, 2004; Лукашевич, Туленков, Яковенко, 2017; Галузеві соціології, 2017; Пилипенко, 2012; Шульга, 2008].

**Підхід «обмежень дозвілля».** Проаналізуємо дослідницький потенціал вивчення дозвіллевої активності на прикладі північно-американської соціології дозвілля. Одним із добре розроблених напрямків у ній є дослідження «обмежень дозвілля», який формується на початку 1980 років [Скокова, 2014с]. Завданням цього підходу, як, наприклад, його бачить канадський соціолог Е. Джексон, є

---

\* Дякуємо проф. А.О.Ручці за наданий примірник анкети.

«...дослідження чинників, які обмежують формування дозвіллевих преференцій і/або гальмують, не дозволяють брати участь у дозвіллі й отримувати від нього задоволення (на думку дослідника, і/або у сприйнятті, переживанні індивідом)» [Jackson, 2000, p. 62]. На перших етапах домінували емпіричні розвідки на базі репрезентативних опитувань і аналіз зводився до пошуку «бар'єрів» відпочинку і рекреації. Наявність/відсутність перешкод мала пояснювати, чому індивід бере участь у певних культурно-дозвіллевих заняттях або не робить цього. Структурні бар'єри трактували як посередника між преференціями, бажаннями, вимогами щодо дозвіллевої активності та участю/неучастю в тих чи тих видах дозвілля. Поступово наприкінці 1980-х – початку 1990 років понятійно-аналітичний апарат підходу розширюється, зокрема, поняття «бар'єри» змінюється на «обмеження», що дозволило охопити більше коло чинників, які зумовлюють поведінку на дозвіллі. Спостерігається також ширше розуміння «участі в дозвіллі» – не лише активність у вільний час, а і досвід дозвілля, його суб'єктивне сприйняття. Також розширюється арсенал методів збору й аналізу даних, частіше використовують складні форми математичного аналізу, якісні підходи (кейс-стаді, фокус-групові дослідження).

Ці зміни зумовлені, зокрема, появою критичних статей, розгортанням дискусій у колі північноамериканських дослідників дозвілля в 1990 роки. Критика була спрямована проти засилля соціопсихологічних пояснень дозвіллевої поведінки, домінування кількісних способів збору й аналізу даних, прикладного і дескриптивного характеру досліджень, недооцінки альтернативних теоретико-методологічних підходів – інтерпретативних, критичних, які дедалі частіше використовують у європейських дослідженнях дозвілля [Samdahl, 2000].

У колективній монографії «Обмеження дозвілля» підбито певні підсумки щодо переваг, недоліків, перспектив цього підходу [Constraints to Leisure, 2005]. Серед досягнень «парадигми обмежень» указують, зокрема, такі: вирізнено три види чинників, що можуть обмежувати участь у дозвіллі, – структурні, особистісні, міжособистісні; доведено, що обмеження впливають не лише на (не)участь у дозвіллі, а і на формування преференцій, бажань, рефлексії індивідів у цій сфері; визначено набір обмежувальних чинників, які стабільно фіксуються в різних обстеженнях, та їх ієрархію: 1) матеріальні витрати на участь у дозвіллі; 2) нестача вільного часу; 3) доступність і якість технічного оснащення дозвілля, культурних продуктів, відповідних закладів тощо; 4) соціальна ізоляція; 5) рівень персональних умінь і здібностей. Інтенсивність відчуття обмежень виявляється різною мірою серед представників різних соціальних груп, але немає



таких груп, які не відчували б ці обмеження. Для кожної групи характерна своєрідна комбінація обмежень. Наприклад, для молодих людей важливими є проблеми з налагодженням особистих відносин, нестачею фінансів. У групі людей середнього віку важливішими є проблеми нестачі вільного часу, зростання обсягу сімейних обов'язків. Для людей старшого віку проблема нестачі вільного часу відступає, але з'являється проблема соціальної ізоляції. На додачу до віку ефекти перешкод/бар'єрів модифікуються іншими особистісними і соціальними чинниками, такими як розмір родини та її структура, гендер, дохід, етнічність/раса. Вирізнено типологію моделей поведінки: 1) люди, які відмовляються від *бажаної* активності (реактивна відповідь); 2) люди, які, незважаючи на досвід обмежень, не зменшують чи не змінюють свою участь – успішна проактивна відповідь; 3) люди, які беруть участь у бажаній активності, але іншим чином (частково успішна проактивна відповідь) [Constraints to Leisure, 2005, p. 4–18].

Серед новацій підходу вирізняють зростання уваги дослідників до проблеми застосування людьми інноваційних стратегій, що дозволяють елімінувати обмеження, знаходити позитивні моменти у своєму становищі, модифікувати свої взірці дозвілля, «обігрувати» їх, а не сприймати з покорюю як даність. Цей напрямок виокремився переважно на підставі якісних досліджень соціально вразливих груп населення (жінок, іммігрантів, інвалідів та ін.). Чіткішим стало усвідомлення важливості врахування соціального контексту на мікрорівні і макрорівні для розуміння обмежень дозвілля та їх наслідків.

**Архівація даних і порівняльний аналіз.** У міжнародній соціології є проекти, присвячені архівації даних бюджетів часу та їх повторному використанню. Здійснюється «Гармонізоване європейське обстеження використання часу» (Harmonized European Time Use Survey, HETUS). Перше видання посібника HETUS з ініціативи Євростату для узгодження обстежень використання часу у країнах-членах ЄС опубліковане 2000 року, оновлене 2009-го. Існує онлайн-доступ до бази даних бюджетів часу 15 європейських країн із можливістю обчислень. Відділ статистики ООН з середини 1990-х розробляє, тестує й уточнює гармонізовану схему кодування використання часу (International Classification of Activities for Time Use Statistics, ICATUS). Проект 2006 року, наприклад, поділяє діяльність на дві групи – зайнятість у виробництві та персональну. Остання охоплює чотири види: 1) навчання; 2) соціабельність, участь у житті громади, релігійна практика; 3) культурні, дозвілєві та спортивні практики; 4) догляд за собою і забезпечення власних потреб.

У Великій Британії здійснюється міжнародне дослідження бюджетів часу (MTUS), ініціатором і керівником якого є Дж. Гершуні. Дослідники зібрали понад 60 наборів даних із 25 країн (<http://www.timeuse.org/mtus.html>). У монографії «Праця і дозвілля в постіндустріальному суспільстві» Гершуні проаналізував дані бюджетів часу 20 країн за період 1960 – початку 1990 років. Один із висновків, який він робить, – за весь цей період зберігається досить незмінним баланс часу праці та часу дозвілля, хоча в соціальних дослідженнях поширені протилежні оцінки тенденції в цій сфері – щодо зростаючої нестачі вільного часу і щодо зменшення часу праці [Gershuny, 2000].

MTUS є одним із проектів Оксфордського центру досліджень використання часу (CTUR). Центр також співпрацює з дослідниками іншого проекту – «The American Heritage Time Use Study», АНТУС, – який упроваджують з 2006 року. Одне з досліджень на базі CTUR присячене дилемі споживання у розвинених західних країнах тих соціальних груп, які мають високі доходи і замало часу. Вирізнено види споживання: «ненаситне, що означає високий темп і різноманіття дозвіллевих занять, «непомітне – купівля коштовних товарів як престижної ознаки, які не демонструють внаслідок причини нестачі вільного часу [Sullivan, 2008].

Ці приклади підкреслюють важливі переваги даних репрезентативних опитувань різного типу: можливість їх порівняння в часі в рамках певної спільноти (в разі проведення моніторингових, повторних обстежень), а також можливість зіставлення з подібними результатами, отриманими в інших країнах (крос-культурні проекти). Так, можливість порівняльних зіставлень надає монографія «Вільний час і участь у дозвіллі: міжнародна перспектива» (2005). Над нею працювали науковці з 15 країн – Канади, Австралії, Фінляндії, Франції, Німеччини, Великої Британії, Гонконгу, Ізраїлю, Японії, Нідерландів, Польщі, Росії, Іспанії та США, презентуючи огляди національних досліджень дозвілля. З праці можна довідатися про національні взірці проведення дозвілля, різні аспекти дозвілля (спорт, мистецтво, масмедіа, туризм). Також презентовано аналіз методологічних і методичних проблем здійснення національних опитувань у цій сфері.

Як свідчать редактори збірника, за мету ставилося не лише показати відмінності у взірцях проведення дозвілля, а і знайти подібні, спільні тенденції. Остання проблема актуалізується у зв'язку з глобалізаційними процесами, які поширюють уніфіковані культурні взірці проведення дозвілля [Cushman, Veal, Zuzanek, 2005, p. 10]. Серед таких глобальних трендів вирізнено, зокрема: 1) високий рівень одомашнення дозвілля, що можна пояснити підвищенням комфортності помешкань та їх відповідним технічним обладнанням. Разом

із тим походження значної частки культурно-дозвіллевої продукції, спожитої вдома (фільми, телепрограми, музичні записи, книги, журнали, комп'ютерні ігри, інтернет-продукти), має глобальний, міжнародний характер; 2) спорт, який раніше мав виключно національне забарвлення, теж набуває глобальних рис. На це вказують не лише поширення міжнародних змагань (Олімпійські ігри, світові, регіональні чемпіонати), а й інтернаціоналізація спортивної культури через мас-медіа і супутній маркетинг одягу й екіпіровки; 3) простежується домінування продукції Голівуду (кінофільми, записи популярної музики, телепродукти тощо) як наслідок американізації та глобалізації; 4) однією з найбільш динамічних і великих індустрій дозвілля у світі стає туризм. Туристичну активність населення можна пояснити, зокрема, підвищенням уваги до навколишнього середовища, збереження національних культурних пам'яток, що стимулює інтерес відвідувачів [Cushman, Veal, Zuzanek, 2005, p. 12–13].

Такі зіставлення можливі *постфактум*, коли порівнюють дані статистичних, репрезентативних, щоденникових опитувань у різних країнах, отримані на основі інструментарію, розробленого для потреб національних досліджень. Ці порівняння здатні давати загальне бачення культурних процесів у різних країнах у певний історичний період. Інший спосіб отримання крос-культурної картини культурних процесів у різних суспільствах — здійснення міжнародних проектів опитувань на основі стандартизованих, гармонізованих методик [Скокова, 2017с; 2018j]. Останніми десятиліттями було проведено значний обсяг роботи, в результаті якого можна говорити про становлення окремого напрямку — порівняльної культурної статистики, стан і особливості якого будуть висвітлені у підрозділі 2.2.

Отже, огляд можливостей соціологічного аналізу культурно-дозвіллевих практик у рамках об'єктивістських підходів демонструє їх переваги в отриманні точних і порівняльних даних, які мають евристичний, дослідницький і технологічний потенціал. Ці дані надають можливості для вивчення культурної ситуації в соціумі, здійснення «діагнозу культури», розроблення вираженої соціальної та культурної політики. Разом із тим є наукові та дослідницькі проблеми культурних процесів і практик, які варто розв'язувати в інших способах, що й демонструють дослідження в рамках альтернативних методологічних підходів.

### 2.1.2. Дослідження культурних практик у рамках інтерпретативної соціології

У рамках інтерпретативних підходів увага дослідників спрямована на *розуміння* того, як відбувається осмислення життєвого досвіду, навколишнього світу у процесі соціальної взаємодії. Надання подіям смислів і значень та їх узгодження, дефініція ситуації, становлення ідентичності та її зміни, символи в повсякденних практиках, інтерпретація життєвого досвіду, доступ до суб'єктивних перспектив акторів – приблизне коло питань, які хвилюють представників «розуміючих», інтерпретативних підходів [Злобіна, 2004; Мартынюк, Соболева, 2004]. Окреме, специфічне, локальне важить для них більше, ніж загальне, універсальне. У зв'язку з цим є вельми поширеним використання кейс-стаді, біографічних, етнографічних підходів – із застосуванням технік включеного спостереження, вільних, глибоких, наративних інтерв'ю, життєвих історій, аналізу візуальних джерел тощо [Скокова, 2009b].

Соціологічні дослідження культурних, дозвіллевих практик та ідентичностей у рамках інтерпретативної парадигми мають досить усталену традицію. Значна частина досліджень мистецтва, дозвілля, аматорства, культурної ідентичності в північноамериканській соціології пов'язана з підходом символічного інтеракціонізму.

**Світи мистецтва.** У соціологічних дослідженнях кінця 1970-х років культурні, мистецькі процеси і практики поступово починають вивчати в концептуальній рамці перспективи культурного виробництва/споживання в різних її версіях [Скокова, 2018f]. Ця перспектива формується багато в чому внаслідок реакції на трактування мистецтва в гуманітарних дисциплінах як результату творчості обдарованої особистості, підкреслення особливої аури аутентичного твору мистецтва і необхідності спеціальних знань, щоб зрозуміти й оцінити його естетичну сутність. У цьому зв'язку для зарубіжної соціології мистецтва однією з ключових стала праця американського дослідника Говарда Бекера «Світ мистецтва» (1982, перевидано 2008) [Becker, 2008]. Серед його викладачів у роки навчання в Чиказькому університеті були Г. Блумер, Е. Хьюз, вплив яких сприяв зацікавленості дослідженнями смислових перспектив, що формуються у процесі інтеракцій людей. Базові принципи символічного інтеракціонізму підкреслюють центральність смислу і людської інтеракції у продукуванні соціального життя. Важливим елементом традиції є етнографічний підхід, а також фокус на девіаціях, маргіналізації, інституційних статусних переходах тощо. Г. Бекер є співавтором праці «Хлопці в білому: студентська культура в медичній школі» (1961) –

разом з А. Штраусом, Е. Хьюзом, а також автором книги «Аутсайтери: студії з соціології девіантності» (1963). У центрі його зацікавлень на той період була якісна методологія вивчення професійних кар'єр, девіантності. Можливо, під впливом творчих схильностей до музики, фотографії, у 1970 роки він пише серію статей, присвячених проблемам мистецтва, а 1982 року публікує книгу «Світ мистецтва». У ній він відштовхується від ідей інституційного аналізу мистецтва, окресленого на той час у працях Дж. Дікі «Мистецтво й естетика: інституційний аналіз» (1974), А. Данто «Світ мистецтва» (1964), підкреслюючи, що ці ідеї мають бути підтверджені деталізованим емпіричним аналізом. У перевиданій праці Бекер згадує, що його більше цікавили не теоретичні узагальнення, а систематизація даних своїх та інших досліджень для поступу в соціології мистецтва — на той час слабо розвиненій дисципліні [Becker, 2008, р. x]. Основні ідеї, які скеровували роботу, стосувалися а) поняття *колективної дії* (за Г. Блумером — *joint action*), тобто як люди роблять певні речі разом, включаючи оточення (фізичні артефакти, продукти діяльності), як вони координують активність і користуються її результатами; б) ідеї *порівняння*, тобто співвіднесення результатів спостережень того, як подібні процеси колективної діяльності набувають різних форм в різних обставинах; в) ідеї *процесуальності*, тобто що за чим відбувається, які кроки необхідні для переходу одного стану в інший [Becker, 2008, р. xi–xii] (див. також: [Хижняк, 2017]).

Задіюючи свій досвід піаніста в нічних клубах у юнацькі роки, Бекер наголошує, що мистецька діяльність — складний колективний процес, у якому індивіди різних професій і кваліфікації кооперують свої зусилля щодо досягнення певної мети. Інше хобі — фотографія — підштовхує його звернути увагу на роль речей у професійній діяльності — наприклад, проявлення плівки на фотопері «Agfa» відрізнялося за використанням іншої марки паперу. Отже, митець, який працює з певним матеріалом, стає залежним від його якостей — вага, світлочутливість, розмір тощо. Бекер так визначає світ мистецтва: «спільнота людей, кооперативна діяльність яких організована за допомоги спільного знання конвенційних способів робити певні речі для виробництва тих чи тих мистецьких творів, котрі й визначають цей світ мистецтва» [Becker, 2008, р. xxiv]. Він підкреслює, що аналіз спрямований на розуміння процесуальності створення і споживання мистецьких творів людьми — як саме реальні люди роблять конкретні речі в тому чи тому середовищі. Як бачимо, йдеться про зосередження аналізу на конкретних практиках створення продуктів культури (мистецтва) на основі використання якісних технік. Аналітичні концепти мали бути насиченими реаліями

спостереження світів професій. Відчуваються ідеї «угрунтованої теорії», яка саме в цей період набуває популярності в символічному інтеракціонізмі (А. Штраус, Б. Глейзер). Її постулати – фокус на процесуальності соціальних явищ, використання порівняльного методу – дуже подібні до заявлених Бекером, і, власне, є характерними ознаками символічного інтеракціонізму Чиказької школи [Скокова, 2009а, с. 33–35]. Процесуальність практик продукування мистецтва розкривається через зміни у станах арт-світу – автор оперує такими поняттями, як вирізнення субсвітів, їх перехрещення, комунікативні, кооперативні, інтегративні процеси, ієрархія, політики і влада, становлення репутацій.

Отже, за Бекером, соціальний світ є пов'язанням мереж людей, серед яких існує певна згода щодо способів вести колективну діяльність. Митця не розглядають передовсім як автономну особистість, яка виражає свій внутрішній світ в унікальних творах. Натомість фокус спрямований на комунікацію, взаємодію, кооперацію різних груп людей, включаючи технічний персонал (менеджери, техніки, редактори, декоратори та ін.). Усі ці люди необхідні для появи кінцевого продукту, оскільки вони створюють умови для процесу творчості. Митець у цьому ланцюгу необхідний (часом критично необхідний), але не достатній – він є елементом у складній і взаємопов'язаній мережі індивідів, дій, речей, ангажованих у процес створення продукту культури.

Важливим терміном для символічного інтеракціонізму і підходу арт-світів Бекера є «негоціація» – комунікативне узгодження смислів. Саме в цьому інтерактивному процесі кристалізується сенс професійної діяльності, яка має назви «музика», «театр», «література» тощо, формується розуміння того, яким має бути (що має робити, щоб стати ним) музикант, письменник, композитор, режисер, актор; що (які дії) перетворює рукопис, малюнок, записану мелодію на твір мистецтва. Серед величезної кількості видів діяльності (наприклад, друкування твору, надсилання у видавництво, вибір творів для видання, редагування тощо) Бекер вирізняє *центральну діяльність*, тобто практики, без яких твір не стане продуктом культури. Масштаб цих практик може бути різним. Хрестоматійним у цій дисципліні є приклад учинку М. Дюшана з його написом «Фонтан» на перевернутому пісуарі та позиціонуванням цієї речі як твору мистецтва – чи було це центральною мистецькою діяльністю? Якщо так, то постає питання, чи достатньо було б його діяльності без зусиль інших учасників світу мистецтва – критиків, друзів-митців, оглядачів виставок, журналістів тощо.

Інше важливе поняття, яке допомагає пояснити складні процеси створення продуктів культури — *конвенція*, якому Бекер присвячує розділ своєї книги [Becker, 2008, р. 28–34; 40–67]. Ідеться про соціологічне розуміння механізмів, які вможливають соціальну взаємодію і кооперацію різних людей, спрямовують їхні зусилля в певному напрямку. Конвенції діють як норми і стандарти дій/взаємодій — саме вони підказують форми комунікації між музикантом і продюсером, між актором і робітниками сцени, між артистами та їхніми фанами і т. д. Конвенції як визнані в певній (суб)культурі, соціальному світі патерни дій указують на права й обов'язки задіяних індивідів, на способи пошуку замовлень, доцільність використання тих чи тих матеріалів, костюмів, матеріального оточення (аранжувань) у різних ситуаціях тощо. Конвенції — це стандартизовані, узгоджені способи робити певні речі, які спрощують кооперативну діяльність. Учасники арт-світу знають різні частини загального корпусу конвенцій, які допомагають їм розуміти і виконувати ту частину колективної діяльності, в яку вони включені [Becker, 2008, р. 42]. Світи мистецтва можуть триматися на конвенціях, які більш-менш знайомі всім соціалізованим членам даної культури. Наприклад, класичний балет базується на конвенціях, які містять розподіл гендерних ролей, романтичні відносини між чоловіком і жінкою. Виходячи з цих засад конструюються схеми, сюжети танців, прийоми, які передбачають, що танцівник-чоловік турботливо підтримує, або піднімає танцівницю, проявляючи свою силу, свій статус. Відповідно, і глядачі обізнані з цими конвенціями, що допомагає їм розуміти зміст вистави [Becker, 2008, р. 42]. Глядачі, коли бачать у кінотеатрі кадри, в яких актор поступово йде за горизонт, розуміють, що це вже останні кадри фільму і можна прямувати до виходу із залу. Музиканти теж розраховують, що слухачі (як соціалізовані індивіди) сприйматимуть мінорні звуки як сумні, а латиноамериканські ритми як веселі. Отже, знання базових конвенцій допомагає соціалізованим членам суспільства, які не мають професійних знань і компетентностей, включатися у світи мистецтва як читачі, слухачі, глядачі та ін. Знання конвенцій устанавлює *зовнішній периметр* світів мистецтва, визначає членів потенційної аудиторії, від яких ніхто не очікує фахових знань. Форми мистецтва розраховані на максимальну аудиторію, хоча митці можуть використовувати потенційні знання аудиторії в різні способи залежно від жанру, формату (наприклад, вуличний політичний театр і телешоу передбачають різні ступені включення аудиторій).

Бувають конвенційні знання, які виникають саме у світі мистецтва і відомі переважно людям, які мають безпосередній стосунок

до цього. Бекер наводить слова Девіда Юма щодо стандартів смаку: те, що робить мистецтво великим, – це думки, деякі думки є кращими за інші, бо їхні носії мають більше досвіду щодо цих творів і жанрів і можуть мати обґрунтованіші та справедливіші судження. Отже, вони краще обізнані про конвенції, на яких побудовані ці твори [Becker, 2008, p. 48]. Саме обізнані, досвідчені члени аудиторій підтримують безперервну кооперативну діяльність світів мистецтва.

Знання «серйозних» членів аудиторії мистецтва, за Бекером, часто конфліктує з тим, що знають звичайні члени аудиторії. Митці можуть упроваджувати інновації у спробах відійти від усталених способів робити певні речі. Наприклад, у сучасному балеті замість класичних витончених рухів (па) використовують стрибки, перевороти – рухи, подібні до поширених у звичайному житті. Як правило, люди не йдуть на балет, щоб дивитися на стрибки. Отже, здатність бачити у звичайних речах продукти мистецтва відрізняє «серйозну» публіку. Розподіл конвенційного знання змінюється в часі. Бекер посилається на книгу М. Баксандаля (1972), котрий показав, як деталі релігійних історій, сюжети яких зображено на полотнах митців Ренесансу, були добре відомими звичайним людям як частина їхнього *повсякденного знання* (common knowledge). Художники розраховували на розуміння сюжету полотна своєю аудиторією, включно з зображеними дрібними конвенційними знаками. Сьогодні ці знання мають лише мистецтвознавці [Tanner, 2010]. З іншого боку, знання, відомі вузькому колу фахівців, причетних до інновацій і експериментів, із часом поширюються. Бекер аналізує різні типи публік, які формуються в тому чи тому світі мистецтва – віддані шанувальники, регулярні відвідувачі, випадкова публіка.

***Актуальність концепції арт-світів у сучасній соціології культури.*** Докладний розгляд праці Бекера зумовлений актуальністю його спостережень і узагальнень щодо перебігу процесів у творчих середовищах (на що вказують, зокрема, численні посилання в публікаціях, присвячених дослідженням культурних, мистецьких практик). Наближення польової етнографічної роботи до безпосередніх реалій творчого середовища, рефлексія власного досвіду джаз-музиканта, оперування теоретичними концептами символічного інтеракціонізму, уґрунтованого у прагматизмі, зробили згадану працю привабливою в аналітичному і методологічному планах, що підтверджують й інші дослідники [Cluley, 2012; Santoro, 2015]. Інший важливий момент – відчуття актуальності висловлюваних ідей у світлі сучасних «поворотів» у соціології до фонових знань, матеріальності, медіацій, реляційності, мережовості, тілесності тощо. Симптоматично, що один із провідних представників практико-теоретичних підходів Т. Шацкі (див. параграф 1.2.2) у своїй праці, присвяченій показу особливостей дослідження мистецьких практик у рамках



його концепції «сайт-онтології», відштовхується саме від ідей Г. Бекера. Він знаходить подібності концептів свого підходу і підходу Бекера, а також аналізує розбіжності [Schatzki, 2014]. На нашу думку, такі терміни Бекера і Шацкі (відповідно), як «конвенція» і «практичне розуміння», «центральна діяльність» і «основна діяльність» «арт-світ» і «пучки практик-аранжування» мають багато спільного. Термін «конвенції» широко використовують і в сучасній прагматичній соціології. Французька дослідниця Н. Енік багато уваги приділяє мережам і ролі культурних посередників (human і non-human) у полях мистецтва – мотиви, які бачимо й у праці Бекера. Концепт «соціальний світ» символічного інтераакціонізму користується популярністю в сучасній соціології організацій [Clarke, 2007], соціології мистецтва [Crane, 2007], соціології дозвілля [Southerton et al., 2001], реляційній соціології культури [Bottero, Crossley, 2011] тощо.

**Світу дозвілля.** У північноамериканській соціології дозвілля концепт соціальних світів дозвілля використовують з 1970 років [Скокова, 2006, с. 289–291]. Соціальний світ окреслюють як спільноту, представники якої поділяють спільні практики, культуру, дискурс і засоби (У. Деваль, Д. Унру). Соціальний світ дозвілля, своєю чергою, визначають як повсякденні зв'язки, що розвиваються в певній групі, сконцентрованій на специфічній дозвіллевій діяльності.

Підхід до виокремлення дозвіллевих груп розробив канадський соціолог дозвілля Роберт Стеббінс, автор праць «Аматори, професіонали і серйозне дозвілля» (1992), «Співак із перукарні: всередині соціального світу музичного хобі» (1996; ідеться про музичний стиль *barbershop quartet*), «Після роботи: пошуки оптимального дозвіллевого стилю життя» (1998), «Нові напрямки в теорії та дослідженні серйозного дозвілля» (2001), «Організаційні основи дозвіллевої активності: дослідження мотивації» (2002), «Між роботою і дозвіллям: спільний ґрунт для двох світів» (2004) та інших.

Стеббінс поділяє дозвілля на кілька видів. Перший – *звичайне дозвілля* (відносно недовга приємна діяльність, яка не потребує спеціальних зусиль, навчання і приносить задоволення – релаксація, ігри, пасивні розваги (телебачення, книжки, музика), активні розваги (азартні ігри, розіграші на вечірках, спілкування) тощо. Другий вид – *серйозне дозвілля* (волонтерство, аматорство, туризм, екстремальний спорт тощо). Для нього характерні такі риси: а) відчуття потреби продовжувати заняття; б) бажання досягти певних цілей, зробити «кар'єру»; с) витрата значного обсягу енергії, часу, концентрація на занятті; d) винагороди, переваги (підвищення самооцінки, самореалізація, самовираження, належність до спільноти); e) участь у соціальному світі зі своїми практиками, подіями, соціальними зв'язками (на місцевому, регіональному, національному, міжнародному рівнях). Це узагальнення стало результатом численних емпі-

ричних досліджень, проведених із початку 1970 років у колах волонтерів, колекціонерів, аматорів-акторів, музикантів, археологів, альпіністів та ін. [Стеббінс, 2000].

Останніми роками Стеббінс виокремив ще одну форму досвіду дозвілля – *запроєктоване* (project-based leisure). Найчастіше такі види дозвілля практикують люди, які багато працюють і відчувають нестачу вільного часу; батьки зі значним обсягом домашніх обов'язків; безробітні, що шукають роботу, але мають вільний час. Запроєктоване дозвілля – це творча, доволі складна діяльність у вільний час, яка потребує проєктування, значних зусиль, умінь, знань, але має випадковий, неусталений характер без намагань перетворитися на серйозне дозвілля. Усі види дозвілля, на думку Стеббінса, є позитивними і важливими для розвитку особистості, соціальності, сталою і більш гуманного життя сучасних суспільств.

Вивчення участі у світах дозвілля може базуватися на кількісних опитуваннях цілових груп (наприклад, проєкти з вивчення волонтерства, соціальних форм участі в культурі). Показники щодо останніх, як показано в параграфі 2.2.3, починають включати у стандартизовані методики міжнародних порівняльних досліджень культурної партиципації (*Додаток А, табл. 3*). У менш масштабних дослідженнях, спрямованих на розуміння досвіду дозвілля, науковці частіше застосовують якісні підходи. Якісні техніки (включене спостереження, бесіди, вільні інтерв'ю, фокус-групи) дозволяють зрозуміти культуру дозвіллевих груп з точки зору «інсайдера».

Усвідомлення важливості вивчення і концептуалізації повсякденного життя підвищує популярність етнографічних, біографічних підходів у соціології культури. Дозвіллеві заняття, аматорство, залучення до релігії, громадської активності тощо дедалі частіше розміщують на рівні повсякденності, трактуючи їх як практики – узвичаєну діяльність людей, яка регулярно відтворюється. У традиції символічного інтеракціонізму поширеними є біографічні дослідження (А. Штраус, Ф. Шюце, К. Конецькі, К. Казьмерска та ін.), у яких практики розглядають в аналітичній рамці життєвого шляху, лімінальних переходів (епіфаній), впливів найближчого і ширшого оточення на перебіг біографії та становлення ідентичності. Так, здійснений в рамках проєкту [Іванкова-Стецюк, 2012, с. 75] аналіз автобіографічних есе учнів і студентів на тему їхніх ціннісних орієнтацій, духовного життя дав змогу показати процесуальність усвідомлення індивідами себе як релігійної людини. Описи конкретних життєвих ситуацій, у яких відбувалися залучення до релігійних практик, спільного віруючих, приписування сакральних значень певним подіям, зміни настанов мірою дорослішання, надають інформацію щодо дискурсивних, фонових знань, соціальних, структурних умов конституювання культурної ідентичності [Skokowa, 2004].

Інший мікросоціологічний підхід – інтеракціоністську теорію ритуалів на основі ідей Е. Дюркгейма, І. Гофмана – розвиває Р. Коллінз [Дюркгайм, 2002; Гофман, 2000; Гофман, 2009]. Він трактує інтерактивний ритуал як ширшу і загальнішу модель дій, що породжують солідарність і символічне наповнення соціального життя; ці ритуали мають місце й у сфері релігійних практик, і в повсякденних взаємодіях [Коллінз, 2014]. Успіх ритуалу, який потрібен для продукування спільних емоцій, солідарності, поваги до тих чи тих символів, залежить від низки чинників – фізичного залучення учасників, виключення сторонніх, зворотного зв'язку між спільним фокусом уваги і колективними емоціями (піднесенням, за Дюркгеймом). Відбувається каналізація почуттів учасників ритуалу, сплеск емоційної енергії, артикуляція символічних кодів щодо добра і зла. Коллінз описує динаміку релігійних зобов'язань і вірувань: сильні, емоційно насичені релігійні практики конституують спільні ідентичності й унаочнюють ідеї в символах; емоційно холодні ритуали породжують байдужість і відтік віруючих, перехід до конкуруючих релігійних спільнот. У сучасних секуляризованих суспільствах на зміну поширеності релігійних ритуалів прийшли інтерактивні ритуали розваг, спорту, політики, мистецтва тощо, які теж здатні продукувати емоції індивідуального і колективного піднесення, соціальної солідарності, символічних зобов'язань [Коллінз, 2014]. Бачимо, що ці концептуалізації перегукуються з ідеями культурної прагматики, трактуванням практик-як-перформансів, теоріями ритуалів, перформативності, прагматичної соціології мистецтва. Інше дослідження Коллінза в рамках теорії інтерактивних ритуалів присвячене аналізу формування інтенсивного культурного досвіду фанів опери як результату рафінованих технік прослуховування, регулярного відвідування вистав, відстежування прем'єр, постійних інтеракцій, обговорень музичних подій і переживань досвіду «поглинання» музики, емоційного піднесення, пристрасті в локальних спільнотах фанів [Benzescu, Collins, 2014].

Отже, мікросоціологічні пояснення культурних практик у рамках символічного інтеракціонізму привертають увагу до таких моментів, як колективна (спільна) дія, центральна/неосновна діяльність у світах культури, ступінь компетентності учасників світу, конвенційні/інноваційні знання, цілі, мотиви і проекти діяльності, біографічні контексти діянь/висловлювань, колективний характер практик (ритуалів), перформативність, тілесність, співприсутність індивідів, емоційне піднесення, пристрасть, важливість дискурсивної, символічної складової. Етнографічні, біографічні свідчення, «інсайдерські» технології отримання соціологічних даних є дуже подібними до тих методів, які використовують у сучасних практикоорієнтованих підходах.

### 2.1.3. Вивчення культурних практик у традиції критичних студій

Для критичних культурних досліджень характерним є використання таких концептів і понять, як культурні індустрії, ідеологія, гегемонія, артикуляція, ідеологічні практики, практики репрезентацій, практики сигніфікацій, соціальна нерівність, класова боротьба, масова культура, популярна культура, комерціалізація культури, комодифікація, консьюмеризація, опір (*resistance*), суспільство вистави, видовище, макдональдизація тощо.

Започаткували концептуалізацію понять «масова культура», «культурна індустрія» (а разом із тим становлення підходу виробництва і споживання культурних продуктів) представники Франкфуртської школи критичного аналізу. Один із розділів «Діалектики Просвітництва» Т. Адорно і М. Горкгаймера (1947) присвячений аналізу культурної індустрії як процесу стандартизації та стереотипізації змісту культурної продукції, а також раціоналізації способів її розповсюдження з метою поширення серед населення базових ціннісних принципів капіталістичного ладу. Вони трактують масову культуру як прояв політичної та економічної влади, котра зацікавлена у формуванні уніфікованих індивідів, «хибної свідомості» мас. Подальше осмислення таких явищ, як публічна сфера, інструментальна раціональність, комунікативна дія, влада і легітимація, життєвий світ і система (Ю. Габермас), здійснене у традиції критичної школи, активно використовують у дослідженнях культурних процесів.

Вагомий сегмент у полі критичних досліджень посідають представники підходу «культурні студії» (*cultural studies*). Цей міждисциплінарний рух інституційно оформлюється разом із створенням Центру сучасних культурних студій (*Centre for Contemporary Cultural Studies, CCCS*) у Бірмінгемському університеті. Його очолювали Р. Хоггарт (1964–1968), С. Холл (1968–1979) і Р. Джонсон (1980–1987). Започаткування експериментального Центру науковцями, які обстоювали «ліві» політичні ідеї, стало певним викликом елітарності та консервативності вищої освіти й академічної науки у Великій Британії. Дослідники Центру, як свідчить Р. Джонсон, зосереджували зусилля на експлікації пов'язань культурних процесів із владою та ідеологією, виявленні механізмів, що створюють асиметрії у здатності індивідів і соціальних груп визначати і задовольняти свої потреби. Культуру в цьому підході розглядають не як автономний чи зовні детермінований домен, а вбачають у ній простір конструювання соціальних відмінностей і боротьби класів [Джонсон, 2012, с. 82].

Ідентифікація дослідниками себе з «органічними інтелектуалами» (А. Грамші), інтерес до аналізу політичних процесів, репродукції соціальної нерівності, можливості трансформації суспільства в бік справедливого устрою позначається на специфіці теоретичних і емпіричних досліджень класових, гендерних, міжгенераційних, расових, етнічних вимірів популярної культури, субкультур, мас-медіа [Субкультурна варіативність, 2010].

**Від гегемонії до постгегемонії: теоретичні пошуки.** Для класичного періоду британських культурних студій 1960-х – початку 1980 років є характерними адаптація марксистських, структуралістських, постструктуралістських підходів до вивчення культури, особливий вплив ідей Л. Альтюссера, А. Грамші, а також В. Волошинова, М. Бахтіна, В. Беньяміна, П. Бурдьє, М. Фуко та інших мислителів. Культурні процеси (продукування, циркуляція, сприйняття культурних текстів, продуктів культури) розглядають як спосіб репродукції гегемонії – формування таких способів мислення і поведінки, які спонукають індивідів сприймати соціальні умови капіталістичного суспільства як природні.

На думку Р. Вільямса, гегемонія (на відміну від просто ідеології) означає існування чогось справді тотального, того, чим просякнуте, насичене суспільство, того, що визначає межі здорового глузду, соціального досвіду людей, які перебувають під її впливом. Разом із тим опис гегемонії (домінантної системи практик, смислів і цінностей) має базуватися на тезі її різноманітності, постійної зміни елементів, складності її внутрішніх структур, які повсякчас опиняються перед викликами і змінами з боку альтернативних і опозиційних форм соціального життя. Отже, в будь-яку епоху домінуючий режим являє собою селекцію і організацію багатоманіття людських практик [Уільямс, 2012, с. 144–145]. Розуміння гегемонії в певний період часу як несталої рівноваги, результату майстерності альянсів правлячого класу у класовій боротьбі, його постійного намагання інкорпорувати альтернативні практики і смисли або позбавитися від опозиційних, робить картину культурних процесів у суспільстві динамічнішою, розміщує їх у конкретно-історичному контексті [Ритцер, 2002, с. 208; Рисмухамедов, 2003].

Цьому сприяє і розроблення дискурсивної концепції гегемонії, ґрунтованої на постструктуралістських ідеях, зокрема концептуалізацій Фуко структури дискурсу, дискурсивних формацій, режимів знання (правил, які встановлюють, що можна говорити і що – ні, що вважати істинним і що – ні), влади/знання. Влада/знання в його баченні є не лише репресивною, стримуючою силою, вона одночасно є продуктивною – конституює способи уявляти, розуміти,

обговорювати себе, інших, навколишній світ, існувати в ньому, а також надає можливості вбачати альтернативні способи існування й осмислення реальності. Влада поширюється за допомоги соціальних практик, а не належить певним індивідам чи групам.

Ідеї Фуко щодо дискурсу як соціальної практики, децентрації суб'єкта, влади/знання знайшли розвиток у теорії дискурсу Е. Лакло і Ш. Муфф, зокрема у праці «Гегемонія і соціалістична стратегія: на шляху до радикальної демократичної політики» (1985). Автори підтримують ідею того, що індивід формується структурами дискурсу, що істина недосяжна, позаяк ми не можемо вийти поза рамки певного дискурсу. Лакло і Муфф розглядають усі виміри соціального виключно як дискурсивні. Тексти і комунікації, інститути та інфраструктура є частиною дискурсу, дискурс одночасно є символічним і матеріальним. Способи уявлення, обговорення соціальних позицій тих чи тих груп матеріалізуються у відповідних фізичних об'єктах, матеріальній інфраструктурі, які, своєю чергою, натуралізують ці артикуляції (практики встановлення відносин між елементами дискурсу). Концепт гегемонії у версії Лакло і Муфф стає теорією дискурсивної артикуляції, де-артикуляції, ре-артикуляції, боротьби за способи фіксації значень (докладніше: [Lash, 2007, p. 97–101; Филлипс, Йоргенсен, 2008, с. 53–107].

Огляд історії теоретичних пошуків, намагань поєднати культуралістські та структуралістські підходи в рамках британських критичних студій можна знайти у працях С. Холла (зокрема: [Холл, 2012]), у численній критичній літературі, присвяченій цій впливовій традиції культурного аналізу [Turner, 2003; Лалл, 2002; Куренной, 2012]. Сьогодні головними майданчиками для теоретичних дискусій є часопис «Теорія, культура, суспільство», книжкова серія з однойменною назвою, інші спеціалізовані журнали. Діє Центр культурних студій (Centre for Cultural Studies, Goldsmiths College, University of London), директором якого є Скотт Леш. Дискусія 2007 року на сторінках часопису «Теорія, культура, суспільство» була присвячена розгляду ідей «постгегемонії» та переходу від «епістемологічного режиму влади» до її «онтологічного режиму», які запропонував С. Леш. Цей перехід він пояснює такими зрушеннями: від репродукції символічного порядку засобами нормативного дискурсу влади до її фактичності на рівні існування; від домінації влади «над» до її впливу «зсередини» – на рівні повсякдення, тілесності, матеріальності, мовлення; від екстенсивності символічних репрезентацій соціальних відносин до інтенсивності комунікацій, з їх здатністю перформативних легітимацій будь-яких фактів і подій [Lash, 2007, p. 102–107; Костенко, 2010].

**Варіативність культурних студій.** Сучасні культурні студії існують у різноманітних версіях: за національною/континентальною належністю — це можуть бути американські, азійські, австралійські та інші культурні студії; за дисциплінарною близькістю — літературознавчі, антропологічні, історичні, соціологічні тощо; за проблематикою — гендерні, постколоніальні, расові, етнічні тощо.

Зокрема, дослідження культурних практик у сфері дозвілля розвиваються в контексті феміністської теорії та гендерних студій. Однією з найкращих праць 1990 років вважають книгу австралійської дослідниці Б. Верин «Дозвілля і феміністська теорія» [Wearing, 1998]. Опір є наскрізною темою у феміністських дослідженнях, його часто вивчають у контексті дозвілля, спорту, комодифікації культури. Ці дослідження спрямовані на аналіз шляхів, якими культурні дискурси й ідеології обумовлюють як учинки, так і суб'єктивний досвід. Так, чоловіки і жінки знаходять способи самовиразу в дуже різних контекстах, тобто навіть «вільні» дозвілєві практики часто обумовлені гендерними дискурсами. Гендер до того ж є лишень одним із багатьох культурних дискурсів, які встановлюють нормативні форми самовиразу. Домінантні дискурси щодо раси, етнічності, сім'ї, сексуальності підтримують усталену гегемоністську систему нерівного розподілу влади. Ідеології закріплюються і відтворюються через «політики репрезентації», артикульовані в різних медійних меседжах, постановках і трансляціях спортивних видовищ, святкувань тощо. Утім, дослідники доводять, що люди здатні використовувати культурні практики для опору ідеологіям, які обмежують їхні можливості самовиразу, а отже, залучатися до особистісно значущих і автономних видів діяльності.

Сьогодні в міждисциплінарній культурній теорії актуальними є напрямки, пов'язані з процесуальним, мобільним баченням соціальних і культурних феноменів, фокусуванням на образах і об'єктах у порівняльному аналізі літературних текстів, медіа-теорії, мистецтві, вивченні тілесності, перформативності, матеріальності [New Keywords, 2005; Бахманн-Медик, 2017]. Так, у дослідженнях тілесності важливу роль відіграє започаткований 1995 представниками британських культурних студій часопис «Тіло і суспільство». За словами редакторів, видання вийшло за рамки «соціології тіла» і є міждисциплінарним майданчиком для дискусій представників таких дисциплін, як антропологія, історія мистецтва, студії комунікації, культурні студії, інвайроментальні студії, фемінізм, студії кіно, медичні дослідження, дослідження дозвілля, філософія, психологія, студії релігії, студії науки, соціологія, студії спорту. У часописі розглядають широкий спектр проблем, пов'язаний із творчістю таких теоретиків, як Ж. Бодриар, А. Бергсон, П. Бурдьє, Дж. Батлер,

Е. Сіксу, Ж Дельоз, М. Дуглас, Н. Еліас, М. Фуко, Д. Харавей, Ю. Кристева, Б. Латур, М. Мосс, М. Мерло-Понті, Ж. Сімондон [Blackman, Featherstone, 2010]. Цей перелік, здається, підтверджує спостереження Р. Джонсона: «Культурні процеси не відповідають існуючим контурам академічного знання. Жодна академічна дисципліна не здатна охопити всю складність (чи серйозність) такого вивчення. Культурні студії мають бути міждисциплінарними (а іноді антидисциплінарними) за своїм підходом» [Джонсон, 2012, с. 87].

**Циркуляція культури: методологія cultural studies.** Методологічний стиль культурних студій вплинув на розширення проблематики і варіативність дизайну досліджень культурних процесів і практик у соціології культури, соціології дозвілля, відходу від вузького розуміння культури як окремого сегмента, сфери соціуму, пов'язаного передовсім із літературою, мистецтвом, медіа, а також дозвіллям, відпочинком, розвагами; відходу від поширених протиставлень високої, елітарної та масової, стереотипної культури.

Дослідники класичного етапу культурних студій Р. Вільямс і Р. Хоггарт розвивають поняття культури як цілісного способу життя певної спільноти; її основу становлять специфічні погляди, типи поведінки, звички, структури відчуттів, інститути, зумовлені колективністю, комунікацією, ангажованістю в локальні проблеми. Культура всюди, вона «звичайна», уявити соціальний простір поза культурою неможливо, кожна людина репродукує і продукує культурні цінності, кожен аспект життя насичений живим досвідом, переживаннями [Куренной, 2012, с. 43]. Таке холістське, органіцистське бачення культури у працях Р. Вільямса і Р. Хоггарта, коригують і доповнюють поняття (класового) конфлікту, культури як способу боротьби (whole way of struggle), які розвиває Е. П. Томпсон, автор праці «Становлення англійського робітничого класу» (1963). Культура в його баченні – поле боротьби конкуруючих елементів, насамперед «моральних настанов», ідей і цінностей, які відображають не лише конфлікт робочого і правлячого класів, а і суперечності в культурі самого робочого класу. У цій концепції людям відведено активнішу роль як акторам соціальних змін [Куренной, 2012, с. 44].

Р. Джонсон описує кілька критеріїв для систематизації методологічних підходів «класичних» британських культурних студій. Перший критерій – поділ на прихильників культуралістських і структуралістських підходів [Холл, 2012]. Перші уникають абстракцій, преферують вивчати «культури» загалом, на місці, в контексті реального життя, ґрунтуючи своє бачення на визначеннях культури Р. Вільямсом або Е. П. Томпсоном. Вони надають переваги комплексному, конкретному опису, схопленню гомології культурних форм

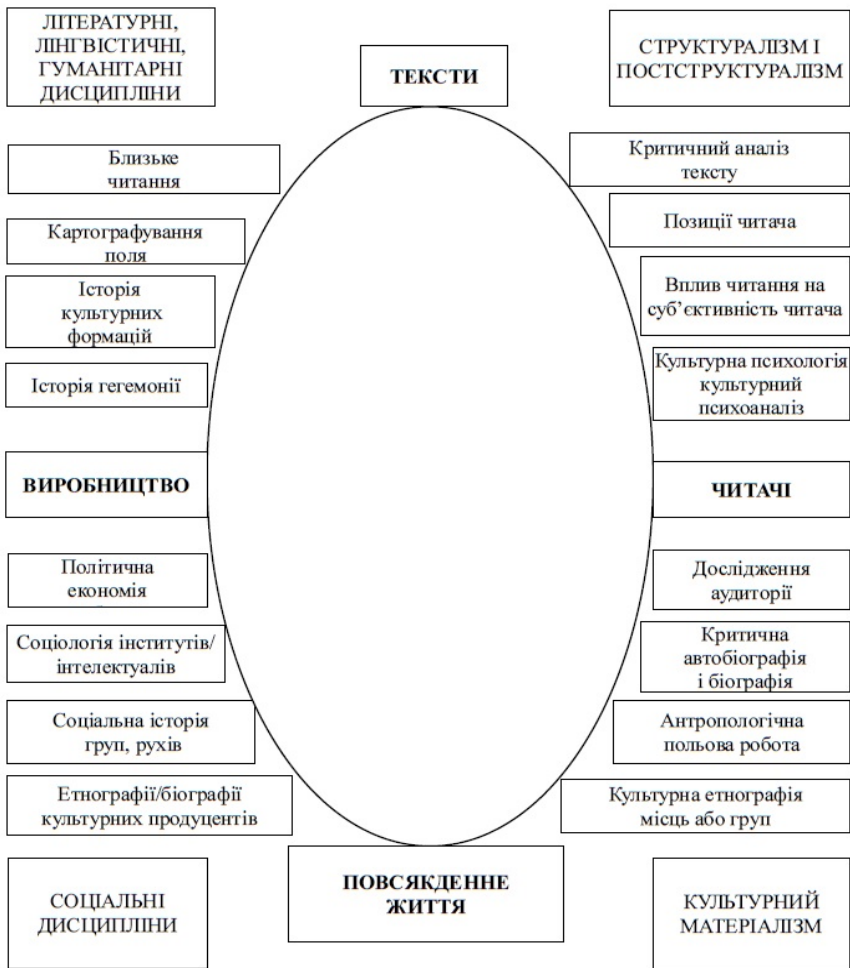


і матеріальних аспектів, соціально-історичним реконструкціям, етнографічним описам, автобіографіям, усній історії, реалістичним формам літератури, які відтворюють соціальний досвід і (суб)культурні практики.

З іншого боку, є ті, хто підкреслює автономію культурних форм і засобів означення — на основі версій структуралізму, пов'язаних із дискурсивним конструюванням ситуацій і суб'єктів. Основою методу є абстрактний розгляд форм, спрямований на розкриття механізмів породження значення в мові, наративі або інших видах знакових систем [Джонсон, 2012, с. 97]. На думку Холла, найкращим стандартам дослідження відповідає та лінія в культурних студіях, яка спирається на доцільні елементи структуралістського і культуралістського підходів із використанням деяких понять із праць Грамші. Саме розвідки на території, окресленій концептами культура/ідеологія, дають можливість проблематизувати одночасно специфіку різних практик і форми артикульованої єдності, яку вони конституують, пов'язання умов існування і форм свідомості [Холл, 2012, с. 183].

Для докладнішого розгляду проблематики і методів культурних студій їх прихильники використовують різні види діаграм, які візуалізують цикл/циркуляцію культури [Джонсон, 2012, с. 94; *The Practice*, 2004, р. 38, 41], а саме: а) породження культури повсякденною практикою, «живою культурою»; перехід до спеціалізованого, професійного виробництва культури; б) породження у виробничих процесах продуктів культури або текстів у широкому значенні; функціонування текстів у суспільстві; в) перехід від функціонування текстів до специфіки «прочитання» цих текстів у суспільстві різними групами; г) аналіз сприйняття текстів як вивчення конкретних груп (аудиторій) чи повсякденних локацій, в яких сприймаються тексти (*рис. 2.1.1*).

Вибір методів на кожному з етапів циклу пов'язаний із певними дисциплінарними традиціями (соціологія та інші соціальні дисципліни, структуралізм і постструктуралізм, лінгвістика, літературознавство тощо). Наприклад, дослідження повсякденного життя і аудиторій охоплюється такими методами, як культурна етнографія місць або груп, антропологічна польова робота, критична автобіографія і біографія, аналіз аудиторій (докладнішому розгляду етнографії аудиторій медіа присвячено підрозділ 2.5). Циркулювання культури між повсякденним життям і професійним виробництвом культури розкривають такі методи, як етнографії/біографії культурних продуцентів, соціальна історія груп, рухів, соціологія інституцій/інтелектуалів, політична економія виробництва (деякі з цих моментів



**Рисунок 2.1.1.** Культурний цикл і дисциплінарні підходи досліджень

Джерело: The Practice, 2004, p. 41.

розглянуто в підрозділі 2.4 на прикладі іншої традиції – підходу «виробництва культури»).

Джонсон підкреслює важливий момент – зосередження на певному аспекті циркуляції культури призводить до втрати уваги до інших, збіднюючи тим самим повноту і глибину культурного аналізу. Варто було б переосмислювати кожен аспект циркуляції культури у світлі

інших, до того ж із застосуванням різних методів дослідження [Джонсон, 2012, с. 133]. Сучасний дизайн культурного аналізу характеризує використання комбінованих, мультипліцитних методів у намаганні надати повнішу картину розгортання культурних процесів і практик [Gray, 2003; The Practice, 2004].

На думку С. Леша, методологія культурних студій преферує партикулярне, а не універсальне, це засадничо емпірична, антипозитивістська програма досліджень із практичними і науковими результатами. Він підкреслює, що і емпіризм, і позитивізм можуть мати справу з емпіричним, з фактами, з конкретними явищами. Культурні студії більш схильні до емпіричного підходу, натомість більшість соціологів працюють у позитивістському режимі. Емпірики, разом із Д. Юмом, починають від почуттів і йдуть до генералізацій. Джерела позитивізму походять від Р. Декарта і раціоналізму, отже, позитивісти починають з аксіоми, гіпотези, універсального, а потім застосовують ці узагальнення до емпіричних даних. Культурні студії – це своєрідна феноменологія, оскільки вона бере за початкову точку феномен, розглядає деталі партикулярного, а після цього працює над концептуальною генералізацією [Serafini, Lash, 2016, p. 11].

Отже, у рамках критичних підходів дослідники зосереджують свої зусилля на аналізі змісту і циркуляції культурних практик в історичному контексті, з'ясуванні впливів влади у різних їх проявах на репродукцію різних форм соціальної нерівності в суспільствах, аналізу можливостей спротиву індивідів і груп культурній домінації і тиску, вивченні вивільнюючого потенціалу культурних практик. Поширеним є акцентування необхідності усвідомлення науковцями своїх ціннісних, політичних поглядів, намагання відстоювати свою позицію та інтереси домінованих груп у публічному просторі.

## 2.2. Інфраструктура досліджень культурних практик

### 2.2.1. Інфраструктура та організація досліджень культурних практик

Розглянемо зміни останніх десятиліть щодо можливостей регулярних і стандартизованих спостережень культурних процесів в окремих країнах і на міжнародному рівні. Моніторинг культурних процесів перебуває у фокусі соціальних дослідників з 1960-х років (підрозділ 2.1.1). Вже тоді було зроблено перші кроки у напрямі міжнародних крос-культурних досліджень культурної і дозвілєвої партиципації (участі в культурі). Їх стимулювали й демократизаційні, емансипаційні процеси у світі, наголошення права на участь в культурі, права на відпочинок як універсальних прав людини. Проблеми відстеження соціокультурних трендів, порівняльного аналізу емпіричних даних у різних полях культури і соціуму, розроблення на їх основі рекомендацій, управлінських, політичних рішень є актуальними [Головаха, 2010]. Останніми десятиліттями відбувається становлення розгалуженої дослідницької інфраструктури на міжрегіональному і міжнародному рівнях, зокрема, поява мережі експертних центрів різного типу, які здебільшого фокусуються на порівняльному аналізі культурних практик (продукування, поширення, споживання культурних продуктів), рекомендаціях щодо стратегій культурних політик, обміні досвідом як у сфері аналітики, так і в упровадженні найкращого досвіду в соціальну практику.

Цьому сприяло, на нашу думку, і те, що саме останніми десятиліттями відбувалося накладання паралельних трендів: ускладнення соціального і культурного життя, його турбулентності та дедалі гіршої прогнозованості співіснує з накопиченням інформації та її більшою доступністю, появою цифрових баз даних різноманітних досліджень – соціологічних, статистичних, комерційних і т. д. Змінюються взірці культурної діяльності творців культури, поширення, циркуляції продуктів культури, культурної партиципації населення в контексті глобальних і локальних змін, упровадження новітніх ІКТ у повсякденне життя. Розвиваються креативні індустрії, підвищується зайнятість у галузях культури, яка набуває дедалі більшого значення в економічному сенсі. В цих умовах експертні центри стають важливою посередницькою ланкою між лавиною даних (часто сирих, неузгоджених) і тими організаціями, які в них зацікавлені. Важливим чинником є намагання дослідників різних дисциплін у рамках «культурного повороту» показати недооцінювання ролі культури в соціальному житті. На теоретичному рівні прикладом є ребрендинг соціології культури у вигляді культуральної соціології. На рівні

управління і державної політики зростає розуміння важливості уваги до специфіки соціокультурних ідентичностей, вивчення динаміки ціннісно-сміслових пріоритетів, збереження культурного різноманіття, розвитку культурної компетентності громадян як чинників підтримання стабільності суспільства, його згуртованості, солідарності тощо. Наочним є зростання частки сектора культури у ВВП розвинених країн і бажання урядових і комерційних кіл ще більше стимулювати продукування і споживання продуктів культури. Отже, затребуваність інформації щодо культурних процесів стала ще нагальнішою, що і посприяло «розквіту» розгалуженої мережі інституцій різного типу, які відстежують тренди в полі культури, намагаються налагодити комунікацію й обмін досвідом, вийти на певний рівень узгодження технік і методик вимірювання ефектів культури (в широкому сенсі), гармонізації культурних індикаторів, розробити методики евалюації різних секторів поля культури.

Далі спробуємо представити базові елементи та рівні сучасної дослідницької інфраструктури в полі досліджень культурних практик і культурних політик на європейському і міжнародному рівні та показати їх специфіку. Важливими джерелами для аналізу цієї проблематики є документи відповідних інституцій (про які йтиметься далі), закладів статистики, робочих груп із крос-культурної гармонізації культурної статистики, експертних груп у рамках культурних обсерваторій, які регулярно готують аналітичні звіти з проблематики культурних практик і культурних політик [Скокова, 2016a; d].

**Дослідницькі установи при державних структурах управління.** В Україні при Міністерстві культури діє Український центр культурних досліджень (УЦКД), у якому опікуються питаннями культурної політики, регіонального культурного розвитку тощо [Культурна політика, 2007]. Науково-дослідницькі підрозділи діють в структурах міністерств культури різних країн, зокрема, Канади, Нідерландів, Великої Британії, Франції, Естонії та ін. В деяких країнах ці підрозділи координують періодичні соціологічні обстеження культурних процесів і практик. Департамент молодіжної політики Міністерства молоді та спорту України організовує підготовку щорічної доповіді законодавчим, урядовим структурам про становище молоді із урахуванням даних соціологічних обстежень, в тому числі щодо ціннісних настанов, громадської, культурної, політичної активності, результати яких використовують у формуванні молодіжної політики країни [Молодь України, 2017].

**Служби статистики.** В Україні це Державна служба статистики (<http://www.ukrstat.gov.ua/>), на сайті якої можна знайти аналітичні матеріали щодо ситуації у сфері культури, її стану і динаміки [Заклади культури, 2017]. У деяких країнах утворюють спеціальні департаменти,

до компетенції яких уходить аналіз статистики саме в галузі культури, зокрема в Австралії, Нідерландах, Канаді. У Польщі 2009 року було підписано угоду між керівником Головного управління статистики і міністром культури щодо співпраці та утворення Осередку статистики культури (м. Краків).

На рівні Європейського Союзу діє статистичне бюро Євростат. Його функціонування обумовлюють тим, що демократичні суспільства не можуть функціонувати належним чином без надійних і об'єктивних статистичних даних, які потрібні урядовцям, представникам бізнесу, громадськості, медіа тощо. Євростат забезпечує ЄС даними і щодо культурної статистики. Цей напрямок активно розвивається останніми роками, свідченням чого є заходи з гармонізації культурних індикаторів і випуск спеціальних покетбуків [Cultural Statistics, 2016].

На міжнародному рівні діє Інститут статистики ЮНЕСКО, де концентруються, крім іншого, статистичні дані про сферу культури в різних країнах світу. 2009 року було оновлено методологічний інструмент 1986 року для вимірів культурної партиципації та економічного внеску культурних індустрій. Необхідність оновлення пов'язують із домінуванням формальних статичних уявлень про культуру, що не відповідає нинішнім мінливим реаліям, також потребам розроблення обґрунтованої конструктивної культурної політики. Нова система має надавати методологічні засади для компаративних зіставлень результатів досліджень [Система статистики, 2010, с. 44–46].

*Дослідницькі установи університетів.* Центри з досліджень культури часто утворюють при університетах. У США Центр культурної політики Чиказького університету (<https://culturalpolicy.uchicago.edu>) діє з 1999 року і позиціонує себе як дослідницький майданчик із вивчення нових способів розуміння мистецтва і культури, місця мистецтва в суспільному і повсякденному житті, надання інформації для розроблення політики в державному, приватному і некомерційному секторах. Саме співробітник центру М. Шустер (1951–2008) розпочав вивчати проблематику інфраструктури соціологічного аналізу культурних політик, ролі в ньому новітніх аналітичних центрів [Schuster, 2002; 2007].

Інший приклад – Центр досліджень мистецтв і культурної політики (Princeton University: <https://culturalpolicy.princeton.edu/>), одним із засновників якого в 1994 року був відомий соціолог П. Дімаджіо. 2001 року Центр підтримує діяльність архіву даних (Cultural Policy&the Arts National Data Archive), в якому оцифровано дані соціологічних обстежень сфери мистецтва і культурної партиципації, починаючи з 1970-х років [DiMaggio, Muchtar, 2004].

У Європі прикладом аналітичної діяльності в цій сфері є Центр культурної політики при Університеті Уорвіка (Centre for Cultural & Media Policy Studies University of Warwick), який вважають лідером у цьому полі з точки зору оригінальності підходів та дотримання дослідницьких стандартів. Такі центри часто суміщають організаційну, видавничу, аналітичну, викладацьку діяльність [Беннет, 2009; Бельфіоре, 2009; Скокова, 2015f; g].

Проблематику соціологічного аналізу культурних процесів, культурних практик і культурних політик розробляють на кафедрах соціології вищих навчальних закладів України: в рамках підготовки навчальних програм і посібників, дисертаційних досліджень, монографій, проведення і опрацювання емпіричних досліджень. Так, вивчення орієнтацій і практик студентства здійснюють в рамках міжнародних проектів на кафедрі соціології ХНУ ім. В. Н. Каразіна [Сокурянська, 2016]. Панораму дослідницьких інтересів дають матеріали університетських конференцій, присвячених проблематиці культурних процесів, зокрема [Проблеми розвитку, 2013], матеріали Конгресів Соціологічної асоціації України [Нові нерівності, 2017].

**Академічні дослідницькі установи.** В Україні проблематику культурних процесів, у тому числі питання динаміки ціннісно-смыслових орієнтацій, медіатрендів, динаміки культурних, мистецьких практик вивчають у відділі соціології культури і масової комунікації Інституту соціології НАН України на базі моніторингу «Українське суспільство» (керівник проекту: В. М. Ворона; автори програми: Н. В. Паніна, Є. І. Головаха). Питання релігійних, медійних, політичних, громадянських та інших практик, якості життя, стилів життя досліджують науковці інших відділів інституту. Результати, в тому числі дотичні питань розроблення соціальної і культурної політики, висвітлюються, зокрема, в періодичному виданні інституту «Українське суспільство: соціологічний моніторинг», аналітичних записках і звітах, які скеровуються до державних органів управління.

У рамках моніторингу громадської думки населення України (консорціум у складі «Українського інституту соціальних досліджень ім. О. Яременка, Центру «Соціальний моніторинг», відділу моніторингових досліджень соціально-економічних трансформацій Інституту економіки та прогнозування НАН України (керівник проекту – О.М. Балакірева) відстежуються, серед інших проблем, питання культури, освіти, практик святкування. У межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді України» (НБС) збираються, серед іншого, дані про фізичну активність і вільний час, роль сучасних медіа в житті підлітків [Балакірева, 2014].

На базі Інституту культурології Національної академії мистецтв України регулярно відбуваються конференції з культурологічних

проблем, видаються матеріали з проблематики сфери культури і мистецтва, залучення населення до культури [Шербина, 2010; Нови медіа, 2017]. У відділі соціальної антропології Інституту народознавства НАН України вивчають питання соціокультурних ідентичностей, етнокультурних спільнот, історичної пам'яті, феміністичних рухів тощо, застосовуючи головню якісні методології аналізу даних.

**Дослідницькі центри.** Дослідження культурної партиципації, аудиторій культури, культурних політик можуть здійснювати центри, які працюють на комерційній чи грантовій основі, виконуючи замовлення тих чи тих організацій – державних або громадських. Залежно від замовника дослідження, результати можуть мати локальний, прикладний характер або отримати ширший резонанс в суспільстві. Прикладами подібних досліджень у нашій країні є дослідження аудиторій музею [Звіт, 2013], соціокультурних ідентичностей громадян [Особливості ідентичності, 2016], культурних практик і політик [Культурні практики, 2012] тощо.

Важливою ініціативою стало започаткування Національного банку соціологічних даних «Київський архів», в якому концентруються дані досліджень провідних виробників соціологічної інформації в Україні (КМІС, компанія «СОЦІС», Інститут соціології НАН України, Київський національний університет імені Т. Шевченка, Український центр економічних і політичних досліджень імені О. Разумкова, Фонд «Демократичні ініціативи» тощо) за останні десятиліття (<http://ukraine.survey-archive.com/>). Це значущий крок до створення можливостей повторного аналізу даних щодо різних аспектів життя українського соціуму, в тому числі й культурних.

**Мережа культурних обсерваторій.** Термін «культурні обсерваторії» можна витлумачити як назву місця, де вивчають культуру, відстежують процеси у сфері культури. Ці експертні центри (think tank) починають з'являтися в 1990-і роки і на сьогодні їх мережа є дуже розгалуженою у світі (див. *табл. 2.2.1*). Одними з найвпливовіших європейських організацій цього типу є CIRCLE і ERICArts., які з'явилися в 1970-і за підтримки Ради Європи й оформилися 1985 року. Сьогодні вони охоплюють понад 35 країн Європи і поєднують дослідників із багатьох дисциплін, культурних практиків і політиків, є форумом для таких установ, як кафедри університетів, мистецькі заклади, науково-дослідні організації, національні міністерства, центри документації тощо. CIRCLE ставить за мету виявлення і вивчення проблем у сфері наукових досліджень культури, оприлюднює цю інформацію через інтернет-ресурси і бази даних. Вона має репутацію впливового учасника дискусії з питань європейської культурної політики й ухвалення рішень щодо поточних і майбутніх дій.



Таблиця 2.2.1

## Експертні центри з досліджень проблематики культури

Назва	Зміст діяльності
CIRCLE – Cultural Information and Research Centres Liaison in Europe <a href="http://www.ifa.de">http://www.ifa.de</a>	<b>CIRCLE</b> – неурядова організація, незалежний експертний центр, який вивчає розвиток моделей культурної політики для Європи.
The European Institute for Comparative Cultural Research – ERICarts <a href="http://www.ericarts.org/">http://www.ericarts.org/</a>	<b>Європейський інститут порівняльних культурних досліджень</b> ставить завдання забезпечити тих, хто працює в галузі культури, надійною емпіричною й аналітичною інформацією як підґрунтям для дій.
Culture Action Europe – CAE <a href="http://www.cultureactioneurope.org">www.cultureactioneurope.org</a>	Заснована 1992 року « <b>Культурна дія Європи</b> » поєднує понад 110 національних і європейських мереж і більш ніж 80 тисяч культурних організацій Європи. Виступає за структурне включення культури у стратегії та політики, спрямовані на сприяння сталому розвитку від місцевого до європейського рівня.
European Expert Network on Culture – EENC <a href="http://www.eenc.info">www.eenc.info</a>	З 2011 року Interarts і Culture Action Europe (CAE) координують <b>Європейську мережу експертів з питань культури</b> , групу з 17 експертів, які дають рекомендації Генеральному директорату щодо освіти і культури Європейської комісії у галузі культурної політики і співробітництва.
European Audiovisual Observatory – EAO Страсбург, Франція <a href="http://www.obs.coe.int/">http://www.obs.coe.int/</a>	<b>Європейська аудіовізуальна обсерваторія</b> , організована 1992 року Радою Європи ЄС з метою збирання і поширення інформації про аудіовізуальні індустрії в Європі через кооперацію з центрами, інститутами і приватними агентами.
Budapest Observatory – BO, Угорщина <a href="http://www.budobs.org/">http://www.budobs.org/</a>	<b>Будапештська обсерваторія</b> (Угорщина), заснована 1999 року неприбуткова організація, що фокусується на Центральній і Східній Європі. Включає близько 20 країн. Збирає дані щодо культурних процесів. Є афілійованим членом багатьох мереж (CIRCLE, ENCATC, CAE, EENC).
Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe (з 1998 року) Бонн, Німеччина <a href="http://www.culturalpolicies.net">http://www.culturalpolicies.net</a>	<b>«Компендіум»</b> – неприбуткова організація, зміст діяльності якої розміщено головню на веб-платформі. Заснована 1998 року як спільний проект між Радою Європи і ERICArts Insitute. Функціонує в режимі постійно оновлюваної інформації та моніторингу національних культурних політик у Європі.
The European Cultural Foundation – ECF, Нідерланди <a href="http://www.cultural-foundation.eu">http://www.cultural-foundation.eu</a>	<b>Європейський культурний фонд</b> – незалежна організація, яка базується в Нідерландах і діє з 1954 року. Мета: підтримання демократичної, інклюзивної Європи, в якій культуру цінують як ключовий чинник. СКФ підтримує творчі колаборації, які сприяють зміцненню демократичних суспільств. Для цього використовують гранти, нагороди, інформаційно-пропагандистську діяльність, інтернет-платформи для обміну знаннями.
Observatoire de la Culture et des Communications du Quebec – OCCQ, Канада <a href="http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/">http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/</a>	<b>Обсерваторія культури і комунікації Квебека</b> – урядова установа, яка працює з 2000 року під егідою Статистичного інституту Квебека (ISQ). Її місія – збір, аналіз і поширення статистики в полі культури для потреб професійних і публічних агентів.

Джерело: інформація, розміщена на сайтах організацій.

*Європейський інститут порівняльних культурних досліджень* (ERICarts) організований як незалежна некомерційна компанія зусиллями ECURES – Європейської асоціації культурних дослідників (<http://www.ecures.org/>) та інших провідних науково-дослідних установ для сприяння сталій співпраці в галузі порівняльних досліджень культури; розроблення надійних емпіричних інструментів для проведення порівняльних досліджень; популяризації інформації та знань, отримуваних під час дослідницьких проєктів; виявлення культурних вимірів різних секторів: зайнятості, соціальних питань, медіа, освіти, зовнішньої політики тощо; дотримання принципів, викладених у європейських і міжнародних документах з проблем культури з метою сприяння прозорості, різноманіття, рівності, участі та творчості.

*Європейська аудіовізуальна обсерваторія* керує проєктами, спрямованими на збір і аналіз великого обсягу даних. Видає щорічники про різні сектори галузі, аудіо- і відеотрансляцію, медіадистрибуцію, кіноіндустрію, відеоринок тощо. Дані збирають із різного роду джерел, включаючи дослідження в домогосподарствах, внутрішні бази даних підприємств і організацій, комерційні дані провайдерів, опитувальники [Взгляд на аудиовизуальную индустрию, 2016].

На спеціальну увагу заслуговує «Компендіум» – установа, що розвиває кооперацію між державами-членами ЄС та іншими державами, які співпрацюють у рамках Європейської культурної конвенції 1954 року (Україна приєдналася до конвенції 1994 року, тому що приєднання її 1954-го в рамках СРСР із розпадом останнього було анульовано). Веб-платформа акумулює і надає доступ до кількісних і якісних даних щодо стану сфери культури в різних країнах як урядовцям, так і дослідникам у ракурсі підтримання культурного різноманіття, міжкультурного діалогу, соціальної згуртованості ([culturalpolicies.net](http://culturalpolicies.net)). Підтримуються два основні напрямки: підготовка й оновлення профілів країни, що містять інформацію (переважно кількісну) про національну культурну політику і розміщення релевантних даних з інших джерел. Дані розміщують на веб-сайті в доступних для користувача порівняльних таблицях за роками і країнами. На сайті був присутній звіт щодо ситуації в Україні, в якому є розділ про культурну партиципацію, наводяться дані держслужби статистики, а також моніторингу Інституту соціології НАН України [Country Profile Ukraine, 2015].

Структура, напрямки діяльності, джерела фінансування культурних обсерваторій можуть відрізнятися. Так або так вони акумулюють інформацію, знання щодо стану сфери культури в окремих країнах, а також на міжрегіональному і міжнародному рівнях, відслідковують ситуацію в різних секторах культури, вирізняючи

хиби культурних політик і показуючи апробовані й удалі стратегії дій [New challenges, 2011; Скокова, 2017e; 2018h].

Важливим у багатьох випадках є *мережевий характер* їхньої діяльності, сприяння обміну досвідом, методиками і результатами досліджень, налагодженню комунікацій у творчому і дослідницькому середовищах. Цей рух відбувається почасти «знизу», з метою налагодження неієрархізованої взаємодії поза інституційно-бюрократичними розмежуваннями, а також як посередництво між локальними колективами і державними/наддержавними структурами культурної політики. Нині в рамках нової програми ЄС «Креативна Європа» спостерігаємо зміцнення усталених мереж і платформ, що презентують різні види діяльності та різні професії (митців, дослідників, експертів, політиків та ін.).

В Україні теж відбуваються подібні процеси, наприклад, ініціатива «UkraineLab» позиціонує себе як міждисциплінарна і міжсекторна мережа для агентів змін і центр, де народжуються інноваційні рішення для громадянського суспільства і культури України (<http://www.dialogue-for-change.org/>). Існує відкрита платформа солідарних культурних ініціатив «Наташа», яка спирається на регіональні проекти ЄС з фінансування, такі як Програма східного партнерства «Культура» ([www.euroeastculture.eu](http://www.euroeastculture.eu)), Форум громадянського суспільства східного партнерства (підгрупа з культури) ([www.eap-csf.eu](http://www.eap-csf.eu)), Українська мережа культури ([www.kultura.org.ua](http://www.kultura.org.ua)) і т. п. Центр розвитку «Демократія через культуру» (НДО), заснований 2001 року як аналітичний та експериментальний центр (think-and-do tank), задіяний у перекладацьку діяльність, зокрема щодо культурної участі та політики [Жорди, Драгоєвич, 2007], здійснення проектів «Інтеркультурні міста», «Індикатори впливу культури на розвиток» [Індикатори ЮНЕСКО, 2017] тощо. Організацію таких мереж стимулюють інституційно, коли грантову підтримку надають саме для колаборативних проектів, у які задіяні учасники з різних країн, центрів.

Вагомим внеском у розвиток поля соціологічних досліджень культурних процесів і практик є результати проекту «Регіон, нація та інше: інтердисциплінарне та міжкультурне переосмислення України», присвяченого питанням мови, релігії, історії, літератури (<http://www.lvivcenter.org/uk/researchprojects/>), який здійснив за грантової підтримки Центр міської історії Центрально-Східної Європи (Львів) у 2011–2015 роках (науковий керівник В. Середа). Збирання й аналіз даних базувалися на якісній і кількісній методології.

Показником важливості врахування ролі експертних організацій у формуванні культурних політик у сучасних суспільствах можуть бути спеціальні дискусії на Конгресах і Форумах МСА, наприклад,

засідання комітету RC 02 «Експертні центри як ключові простори глобальної структури влади» (2014), «Експертиза та інтереси: до соціології експертних організацій (think tanks)» у рамках засідань комітетів RC 14 «Соціологія комунікацій, знання і культури» і RC 18 «Політична соціологія» (2016).

**Конференції.** Важливим напрямком діяльності в цілях створення міжнародної мережі дослідників, котрі опікуються проблематикою порівняльної культурної статистики, культурних політик, є проведення конференцій. Кожного року відбувається значна кількість таких конференцій, круглих столів, зустрічей робочих груп – на рівні інституцій ЮНЕСКО, Ради Європи, Європейської комісії, а також на рівні міжрегіональних і національних інституцій – культурних обсерваторій, наукових центрів, урядових організацій. Центр культурної політики при Університеті Уорвіка ініціював міжнародну конференцію (International Conference on Cultural Policy Research), яку проводять кожні два роки починаючи з 1999-го. 2016 року відбулася IX конференція в Сеулі (Південна Корея), наступний захід проведено в Талліннському університеті (Естонія) у серпні 2018 року.

**Публікація результатів досліджень культурних процесів.** Поле досліджень культури стає диференційованішим, і останні два десятиліття ознаменовані появою дедалі нових часописів, присвячених безпосередньо проблематиці культури, культурних процесів і способам аналізу сучасних культурних трендів, у тому числі стосовно культурної партиципації. Переважно теоретичні та методологічні проблеми культурного аналізу розглядають в академічних рецензованих журналах «Theory, Culture & Society» (видається з 1982 року), «Cultural Sociology» (з 2007-го), «European Journal of Cultural Studies» (з 1998-го), «International Journal of Cultural Studies» (з 1998-го). 2014 року за сприяння Європейської соціологічної асоціації почало виходити друком видання «European Journal of Cultural and Political Sociology», присвячене дослідженням взаємозв'язків культури і політики в соціологічному ракурсі. У Швеції з 2009 року видають академічний часопис «Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research» як форум для крос-культурних досліджень. Навіть перелік (неповний) цих видань та їх інституційна належність здатні репрезентувати складну картину сучасного поля досліджень культурних практик і культурних політик у світовій соціології.

### 2.2.2. Дослідження культурної партиципації на національному і міжнародному рівнях

**Національні проекти обстежень участі в культурі.** У багатьох країнах проводять спеціальні дослідження, присвячені культурним практикам, дозвіллевим заняттям, медіа-залученості тощо. Вони мають вищий евристичний потенціал, якщо здійснюються на регулярній основі та мають моніторинговий характер. У деяких західних країнах вже з 1970-х років започатковуються регулярні репрезентативні обстеження, присвячені саме участі в культурі, залученню до мистецтва, проведенню дозвілля. У Франції проходять репрезентативні опитування «Культурні практики французів» (1973, 1981, 1997, 2009) як наукове підґрунтя для розроблення культурної політики держави (О. Доннат). Національний фонд мистецтв США став проводити регулярні обстеження публік мистецтва (Surveys of Public Participation in the Arts) з 1982 року (далі – 1985, 1992, 1997, 2002, 2008, 2012). Опитування 2008 року мало декілька модулів: відвідування мистецьких подій; перегляд записів чи трансляцій; сприйняття мистецтва в інтернеті; особисті заняття мистецтвом, мистецька творчість; навчання, пов'язане з мистецтвом. Міністерство культури Естонії замовляє проведення «Інтеграційного моніторингу»; 2015 року його проводили вшосте. Моніторинг вивчає питання стосовно сфер економіки, праці, а також мовного простору, освіти, громадської участі, соціальних відносин, святкувань, медійних практик тощо [Моніторинг естонського общества, 2015]. З 1993 р. Італія почала проводити щоп'ять років культурний моніторинг, з 1992 – Канада (2005, 2007). З 2000 років такі регулярні дослідження проводить все більше країн: Великобританія, Уругвай, Японія та ін. Детальний огляд біля тридцяти періодичних репрезентативних обстежень культурних практик дорослого населення країн світу представлено у Довіднику ЮНЕСКО [Framework 2009, 2012]. Там же детально розглядаються варіанти питань щодо культурної партиципації, які використовували дослідники різних країн. В цілому замовлення і проведення таких досліджень сприяють усвідомленню представниками уряду, що державна культурна політика має бути поінформованою, базуватися на результатах вимірювань культурної активності громадян. Таким чином, накопичено значний досвід вивчення активності у полі культури на національному рівні дослідниками різних країн.

**Мультинаціональні проекти досліджень культурних практик в Європейському Союзі.** Крос-культурні порівняння культурної статистики є останнім часом у фокусі уваги науковців різних країн, а також експертів, які працюють у рамках спеціально утворених груп для узгодження технологій і методик отримання даних. За сприяння Європейської комісії та Евростату у 1997 році було створено робочу групу – Leadership Group Culture (LEG-Culture) – і здійснено пілотний проект «Гармонізація статистики культури в ЄС» з метою опису

європейської культурної сцени і утворення бази для порівнянь між країнами. З 1997 по 2004 роки ця і допоміжні робочі групи розробили першу Рамку для європейської культурної статистики (European framework for cultural statistics). Доповідь робочої групи про статистику культури в ЄС було опубліковано 2002 року, потім вийшов друком покетбук «Cultural statistics in Europe» (2007). Культурну участь у цих документах визначено як участь у культурних активностях у будь-якому контексті та через будь-який канал, коли в наявності зрозумілий код комунікації, відправники й отримувачі, котрі приділяють значної уваги формам і змісту повідомлень з метою збільшення/підвищення свого інформаційного і культурного багажу [Culture Statistics, 2007].

З середини 2000-х Рада Європи і Європейська комісія активізували зусилля щодо розвитку культурної статистики. Наступним кроком у кооперації європейських країн у цій сфері було утворення 2008 року робочої групи European Statistical System Network on Culture (ESSnet-Culture) за підтримки Євростату. Її метою було сприяння генеруванню даних на базі скоординованих систем статистики, перевірка можливості адаптації або розвитку існуючих методів для того, щоб відповідати новим потребам. Були виокремлені чотири цільові підгрупи (Task Force): (TF1) – оновлення Рамки культури і основні дефініції; (TF2) – фінанси і витрати у галузі культури; (TF3) – культурні індустрії; (TF4) – культурні практики і соціальні аспекти культури. Фінальний звіт групи [ESSnet-Culture Final Report, 2012] узагальнив великий обсяг даних, презентував методологічні напрацювання і рекомендації для окремих країн щодо особливостей збирання культурної статистики, використання індикаторів, досягнення гармонізації даних. Оновлення Європейської рамки культурної статистики стало важливим кроком на шляху розроблення технології для продукування компаративних даних.

У період 2001–2004 років було проведено два Євробарометри з проблем культурної участі: «Участь європейців у культурній діяльності» (Europeans' Participation in Cultural Activities, 2001) у 15 «старих» державах-членах і «Нові європейці та культура» (New Europeans and Culture, 2003) у нових державах-членах і кандидатах. Обидва Євробарометри використали опитувальник, розроблений цільовою групою «LEG-Culture». Вперше всі держави-члени ЄС досліджували культурні практики населення своїх країн. Питання щодо культурної участі також було включено в Євробарометр «Європейські культурні цінності» (Eurobarometer European Cultural Values, 2007), в «Обстеження доходів і умов життя» (Survey on Income and Living Conditions – SILC, 2006, 2015) і в «Обстеження освіти дорослих» (Adult Education survey – AES, 2007, 2011).

Опитувальник міжнародного проекту «Європейське соціальне дослідження», в більшості хвиль якого брала участь і Україна, містив

кілька індикаторів стосовно медіа-практик населення, використання інтернету [Головаха, Горбачик, 2010; Мінливості культури, 2015, с. 192–203]. Покетбуки «Культурна статистика» [Culture Statistics, 2007; Culture Statistics, 2011; Culture Statistics, 2016], опубліковані Євростатом, мають розділи, присвячені культурній партиципації на основі аналізу статистичних, соціологічних даних з європейських крос-культурних проектів (Євробарометр, AES, SILC і т. п.).

2013 року в рамках Євробарометру проведено спеціальне дослідження культурної партиципації та доступу до культури у 27 країнах-членах Європейського Союзу й у Хорватії [Special Eurobarometer 399, 2013]. У ньому отримано інформацію щодо бар'єрів і рівнів участі в культурі, залучення населення до мистецьких практик, використання інтернету з культурними цілями тощо. Цей проект позиціонується як важливий елемент інформаційного базису культурної політики Євросоюзу, підкреслюється його пов'язаність із попередніми дослідженнями проблем культури в рамках Євробарометру, що дає можливість аналізувати зміни основних індикаторів у часі.

**ЮНЕСКО як промоутер досліджень культури і розвитку.** ЮНЕСКО є активним агентом просування ідеї важливості культури для розвитку країн, громад, індивідів. Ця організація ініціює розроблення способів вимірювання участі в культурі, посиляючись на необхідність дотримання культурних прав громадян, відстоювання рівності доступу до культурного надбання, підтримки культурної ідентичності. У звіті, підготовленому А. Морроне для Інституту статистики ЮНЕСКО, запропоновано такий поділ культурних активностей: а) *вдома*: кількість годин телеперегляду, прослуховування радіо, музичних записів, перегляду відео, читання, користування комп'ютером та інтернетом; б) *поза домом*: відвідування кіно, театрів, концертів, музеїв, пам'ятних місць; в) *культурна ідентичність*: художня самодіяльність, участь в культурних асоціаціях, у культурі спільноти, у масовій, етнічній, молодіжній культурі [Система статистики, 2010, с. 45–46]. «Рамки культурної статистики ЮНЕСКО 2009» — цей документ обґрунтовує необхідність точних порівнювальних даних, щоб краще оцінити вплив та релевантність культурної політики. В ньому так визначено участь в культурі: «культурні практики, які можуть бути пов'язані зі споживанням, а також активностями, які здійснюються в рамках спільноти, відображаючи якість життя, традиції і вірування. Включає в себе відвідування формальних (за плату) подій, таких як походи в кіно чи на концерт, а також неофіційні культурні дії, такі як залучення до культурної активності у спільнотах, аматорські художні твори або повсякденні дії, як читання книги» [Система статистики, 2010, с. 45]. Довідник 2012 року позиціонується як ресурс для організацій, зацікавлених у вимірюванні культурної участі, а також як інструмент для підвищення обізнаності політиків, поєднуючи теоретичні та практичні аспекти методології [Framework 2009, 2012].

### 2.2.3. Методологічні пропозиції

#### у міжнародних дослідженнях участі в культурі

*Індикатори культурної участі та демократія.* Нещодавній проект ЮНЕСКО «Культура для розвитку» стосується розроблення системи індикаторів і має, за словами авторів, подвійну мету – дослідницьку і пропагандистську. Вироблена комплексна методика (CDIS/ІВКР – Індикатори вимірювання культурного розвитку) має показувати багатопланову роль культури в національному розвитку, вказувати напрямки інтеграції культури у стратегії розвитку, сприяти реалізації Конвенції ЮНЕСКО 2005 року про охорону і заохочення розмаїття форм культурного самовираження. Наголошено, що стан сфер культури, освіти, дотримання культурних прав громадян є показниками розвитку держави, її соціального добробуту, а розвиток економіки і стабільна ситуація в державі збагачуються досягненнями в галузях культури, включенням населення в культурні практики [Індикатори ЮНЕСКО, 2014].

Конвенцію про охорону і заохочення розмаїття форм культурного самовираження ратифіковано Законом України № 1811-VI від 20.01.2010. [Про ратифікацію, 2010]. Методика ІВКР проходила апробацію в декількох країнах, 2014 року опубліковано методичний посібник для її впровадження в інших країнах, передовсім із низьким і середнім рівнями доходів населення. Завдяки програмі ЄС і Східного партнерства «Культура і креативність» у 2016–2017 роках ця методика апробована в Україні [Індикатори ЮНЕСКО, 2017] з залученням статистичних і соціологічних даних, у тому числі опублікованих даних моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України стосовно участі населення в культурі [UNESCO Culture, 2017, p. 28].

У методиці ІВКР вирізняють сім основних вимірів культури, які містять 22 індикатори культурного розвитку – економіка (3), освіта (4), управління (4), рівень соціальної участі (5), гендерна рівність (2), комунікація (3), культурна спадщина (1). Культуру розглядають не лише як галузь економіки, а і з перспективи цінностей і норм, які орієнтують дії людей, підтримують соціальну згуртованість, толерантність, інтеграцію. Культурна партиципація включена у блок соціальної участі цієї методики, її вимірюють двома індикаторами – участь у культурних заходах поза домівкою; участь у заходах, які сприяють підтримці культурної ідентичності. Як джерела цих даних рекомендовано використовувати результати національних опитувань із культурної партиципації, щоденникові дослідження [The UNESCO Culture, 2014]. Варіанти можливої гармонізації індикаторів культурної партиципації за методикою ІВКР з



індикаторами моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України розглянуто у статті [Скокова, 2017с].

Розроблення індикаторів, індексів для вимірювання різних аспектів соціального життя є актуальним напрямком у соціальних дисциплінах [Головаха, Панина, 1997; Паніна, 2008, с. 185–242; Соціальна експертиза, 2000]. Активно використовують їх узагальнювальні можливості представницькі, управлінські інституції. Так, Парламентська асамблея Ради Європи (ПАРЕ) у січні 2012 року запропонувала розроблення індикаторів, спрямованих на забезпечення кращого моніторингу ролі культурної участі у процесі демократичного врядування. Захід «Культурний доступ і партиципація: від індикаторів до політик демократії» в рамках ініціативи «Culture Watch Europe» започаткував заснування аналітичного центру з питань взаємодії політичних стратегій і досліджень участі в культурі через розроблення відповідних індикаторів. Діє веб-платформа проєкту «The Indicator Framework on Culture and Democracy» із можливістю візуального показу і порівняння станів культури і демократії в європейських країнах, у тому числі постсоціалістичних (Україна, Естонія, Словачія, Словенія тощо), а також в інших регіонах світу. Дослідники німецької Школи управління (Hertie School of Governance) розробили методіку цього проєкту вимірювання стану культури і демократії, вказуючи джерела (статистика, дані опитувань, інтернет-дані), принципи кодування інформації [Indicator Framework, 2017].

За цією методикою оцінюють два основних аспекти «Демократія» (11 компонентів) і «Культура» (7 компонентів), а саме: культурна партиципація, культурні індустрії, культурна інфраструктура, культурний доступ і представництво, культурна освіта, фінансування сфери культури, культурна відкритість. Компонент «культурна партиципація» формується на основі понад 20 показників, серед яких аматорська активність, добровільна діяльність у сфері освіти/культури, онлайн-креативність, культурна партиципація онлайн, пасивна участь у культурі (Додаток А, табл. 1). Інший компонент – «культурний доступ і представництво» – формується з даних, які вказують на наявність бар'єрів відвідування закладів культури і дозвілля (фінансових, інфраструктурних), а також даних щодо дотримання гендерної рівності (Додаток А, табл. 2).

**Питання ангажування в культурну активність.** Як показують наведені вище у спеціалізованих документах визначення *участі в культурі*, вони коливаються від узагальнених до тих, що наводять конкретні переліки секторів культури, в яких відбувається виробництво і надання продуктів або послуг та їх сприйняття, споживання. Визначення кордонів поля мистецтва, культури є важливою проблемою, яку на практиці, під час проведення конкретних досліджень, розв'язують по-різному. Вирізнення доменів, тобто змістовних

Таблиця 2.2.2

Схема досліджень практик культурної партиципації (фрагмент)

Домен	Відвідування/ сприйняття	Практики як аматорство	Соціальна партиципація/ волонтерство
Книги і преса	Читання у вільний час книг, газет, журналів (у паперовій або цифровій формі)	Письменницька активність у вільний час – художня/ не художня, у паперовій або цифровій формі (включно з блогами)	Публікація памфлетів, звернень, петицій; листи до видавництв газет і часописів; блоги, e-фанзіни, інші публікації в інтернеті
Музеї	Відвідування музеїв (реально/віртуально)	Колекціонування	Членство в асоціаціях, групах, клубах із збереження пам'яток, спадщини. Волонтерство або добровільні внески до асоціацій, груп, клубів

Джерело: ESSnet-Culture, 2012, с. 240–241.

розрізненень у культурному просторі та форм залучення до них (через оплату можливості залучитися до події, самостійний пошук інформації, спілкування, обговорення подій, продуктів культури тощо) ставить питання ступеня ангажованості людей, поверхової, випадкової участі в культурі або ж регулярного, глибшого занурення в ті чи ті активності. Гуляти містом, не звертаючи особливої уваги на оточення, або розглядувати пам'ятки історії, архітектури, шукати інформацію про них, обговорювати побачене з друзями, фотографувати цікаві місця і публікувати в соціальних мережах, організовувати акції на підтримку охорони пам'яток – ці приклади культурних активностей показують різний ступінь ангажованості. З метою привернення уваги до цього питання і деталізації інформації група ESSnet у своїх документах [ESSnet-Culture, 2012, с. 223] вирізняє: а) практики відвідування/сприйняття, б) аматорські практики, в) соціальну партиципацію/волонтерство (табл. 2.2.2, докл. див. Додаток А, табл. 3).

Деякі з цих різновидів участі можуть перетинатися, наприклад, у сучасних театральних, музичних, візуальних проектах публіка може ставати необхідним елементом перформансу; цифрова культура сприяє креативності та поширенню аматорського змісту в мережі, перетворюючи «консьюмерів» на «просьюмерів» (докладніше в підрозділі 4. 3). До речі, ступінь інтенційності, самостійного вибору культурних продуктів теж не слід перебільшувати в умовах сучасної комп'ютеро-опосередкованої комунікації. Поширюються за допомоги інтернет-технологій нові

форми випадкового споживання, коли відвідування різних сайтів, заходів стимулюють посиланнями, рекламою, в тому числі індивідуалізованою, позначками (неявними рекомендаціями) друзів тощо. Залучення до пошуку, перегляду інформації, ухвалення рішень купити квитки, відвідати захід відбувається в таких ситуаціях швидко, спонтанно, без сформованих заздалегідь намірів. З іншого боку, для зацікавлення певною інформацією потрібно мати культурну компетентність, цифрову грамотність [Скокова, 2008b; с].

Як бачимо на табл. 2.2.2, ця схема показників участі в культурі включає соціальну партиципацію/волонтерство стосовно кожного з вирізнених доменів (їх 20 – архіви, монументальне мистецтво, археологія, архітектура, фотографія, дизайн, мультимедіа тощо). Соціально-дозвілєві практики, волонтерство вивчали і раніше, переважно в якісних дослідженнях або спеціалізованих проєктах (наприклад, праці Р. Стеббінса, Г. Файна, Е. Лонг та ін.). Ці та інші розглянуті пропозиції стандартизованих показників участі в культурі є важливим внеском у подальшу стандартизацію інструментарію досліджень культурної партиципації та впровадження нових індикаторів у національні та крос-культурні проєкти.

Отже, в останню чверть століття проведено великий обсяг організаційних і методологічних заходів щодо стандартизації та гармонізації культурної статистики, можливостей порівняння культурних політик різних країн на європейському і міжнародному рівнях. Вимірювання культурної партиципації базується на збиранні різних джерел, як суто соціологічних, що походять від національних і міжнародних обстежень, так і відомчих, секторальних, статистичних, які підлягають стандартизації й використовуються в рамках евалюаційних технологій (індекси, індикатори, що показують місце кожної країни на уявній мапі світу). Можна говорити, що формується міжрегіональна/глобальна мережа постакадемічних організацій (П. Тамаш), які відіграють важливу роль у збиранні даних, їх трансформації, показу на глобальному дисплеї у вигляді ранжувань, рейтингів країн за тим або тим критерієм. Евалюаційні дослідження проводять на замовлення різних урядових і наднаціональних структур, їх кількість зростає з задіянням онлайн-даних, Big Data (наприклад, щодо активності населення різних країн у всесвітній мережі). Так, окремі індикатори Глобального індексу інновацій базуються на такого роду даних (<https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>). Отримані результати здатні впливати на імідж нашої країни, певним чином відобразити її місце серед інших, показувати зміни за тими чи тими показниками. У цих умовах потрібні спільні зусилля провідних вітчизняних соціологічних центрів, урядових і неурядових організацій для збирання й аналізу надійної та релевантної інформації про різні аспекти українського соціуму, в тому числі особливостей стану культури, участі громадян у культурі.

### 2.3. Дослідження гомології і гетерології соціальної і культурної стратифікації

#### 2.3.1. Концепт культурної всеїдності

В сучасних дослідженнях соціальних і культурних нерівностей виокремився впливовий емпіричний підхід, який базується на тестуванні ідеї Бурдье щодо гомології соціальної і культурної стратифікації [Куценко, 2006; Симончук, 2016]. В емпіричній соціології новим імпульсом для перевірки ролі культурного капіталу у відтворенні соціальної структури став концепт культурної всеїдності («omnivorousness») американського дослідника Р. Пітерсона [Скокова, 2014a]. У 1990 роки на основі аналізу даних емпіричних обстежень він вирізняє нову тенденцію – представники вищого середнього класу надають перевагу не лише взірцям високої культури, як слід було б очікувати, але й виказують уподобання щодо продуктів популярної культури, від яких мали б дистанціюватися відповідно до свого вищого статусу [Peterson, Kern, 1996]. Тим самим ідея соціальної й культурної гомології була поставлена під сумнів. Соціологи різних країн починають на своєму матеріалі аналізувати дані кількісних опитувань, проводять повторний аналіз баз даних, намагаючись перевірити тезу всеїдності, і знаходять їй емпіричне підтвердження: освіченіші, заможніші групи часто демонструють різноманітніші смаки і практики, які виходять за межі високої/легітимної культури (див. бібліографію: [Peterson, 2005]).

**Концептуалізації всеїдності.** Складніше було знайти пояснення цього феномена. Як вказують британські дослідники, на сьогодні існують визначення всеїдності за обсягом, діапазоном занять і за композицією, змістом [Warde, Wright, Gayo-Cal, 2007, p. 145]. Перше визначення досить нейтральне, операціональне й означає, що за даними опитувань вирізняються групи респондентів, які виказують ширший набір культурних преференцій і практик, порівняно з іншими групами. Тоді різнобічності, різноманітності культурного споживання протистоїть однобічність, одноманітність: модель «omnivorous» vs модель «univorous».

Але із самого початку Пітерсон наголошував, що всеїдність є новою характеристикою вищих класів – менеджерів, бізнес-еліти. Композиція всеїдності, тобто змістовне її наповнення базується на міксі продуктів елітної й популярної культури і може означати різні речі. Всеїдність не є, на думку автора концепту, бездумним, нерозбірливим поглинанням будь-яких продуктів культури. Радше це краща обізнаність, орієнтація професіоналів, фахівців в різних полях культури і дозвілля, характерна для них як членів постіндустріального,

інформаційного суспільства. Також можливо, що споживання популярної культури фахівцями, інтелектуалами в суспільстві постмодерну означає й іронічне ставлення до неї (наприклад, ідея «кемпу» С. Зонтаг). Дещо інший акцент, підтверджений дослідженнями: всеїдність – це нові способи конструювання вищими середніми класами соціального престижу, джерело репутації, підкреслення таким чином свого статусу, прояв соціальних відмінностей [Warde, Wright, Gayo-Cal, 2007, p. 146]. Інструментальний напрям у поясненні всеїдності підкреслює її корисність як культурних знань/компетентностей для покращення комунікації на робочому місці, організації праці між керівниками і персоналом, зокрема в міжкультурному середовищі (Б. Еріксон) [Скокова, 2015b, с. 83].

Дещо інший напрям пояснень – всеїдність може означати відмову від снобізму, ексклюзивності смаків на користь інклюзивності/включення, а отже демократичності, культурної відкритості, толерантності. Пітерсон вказує на всеїдність як еталон гарного смаку, маючи на увазі уподобання, які вийшли за межі класових, вікових, етнічних, гендерних, расових кордонів [Peterson, 2005; Warde, Wright, Gayo-Cal, 2007, p. 158]. Цей напрям соціальної значущості всеїдності підтверджують окремі дослідження, в яких доводиться, що всеїдні виказують ліберальніші погляди щодо расових і політичних питань, що є зв'язки між всеїдністю і мультикультурною компетентністю і толерантністю. Пітерсон у своєму огляді простежує еволюцію досліджень всеїдності, вирізняючи три етапи: 1) серед інтелектуалів (*highbrow*) виділяли снобів і всеїдних; їм протиставляли «однобічні» низькостатусні групи (*lowbrow «slobs»*); 2) додаються елементи широти, широкого діапазону занять, що передбачає можливість існування всеїдних серед різних груп, не лише вищого статусу; 3) серед всеїдних нижчих статусних груп вирізняються свої підтипи, наприклад, ексклюзивні та інклюзивні всеїдні [Peterson, 2005, p. 263–264].

Так, американська дослідниця Б. Брайсон виявила, що музична ексклюзивність смаків зменшується із зростанням рівня освіти [Bryson, 1996]. Політична толерантність, як правило, збігається з музичною толерантністю, і навпаки, прорасистські орієнтації можуть прогнозувати нетерпимість до певних музичних жанрів, виконавцями і прихильниками яких часто бувають представники етнічних груп небілого населення. Таким чином, люди можуть використовувати культурні смаки для встановлення символічних кордонів між собою і тими категоріями людей, які їм не подобаються [Bryson, 1996, p. 884]. Толерантний музичний смак, між тим, має свої параметри ексклюзивності: ті жанри, фани яких менш освічені – кантрі, реп, важкий метал – відхиляються. Широка обізнаність у музичних жанрах тісно пов'язана з вищим рівнем освіти. Культурна толерант-

ність конститує *мультикультурний капітал*, який нерівно розподілений серед населення і свідчить про класово-угрунтовану ексклюзивність. Таким чином, авторка пропонує складніші моделі ексклюзивної та інклюзивної всєідності.

**Культурна мобільність як рух у просторі культурних пропозицій.** Австралійський дослідник Майкл Емісон запропонував для інтеграції різних трактувань процесів, що відбуваються в сучасному полі культурного споживання, застосовувати поняття «культурна мобільність» [Emmison, 2003]. Мова йде про можливість вільного вибору індивідами тих чи тих культурних благ, руху в просторі пропозицій, в дивергентних сегментах культурних сфер, пов'язаних з високою/популярною культурою. Самі ці поділи не нівелюються, вони продовжують співіснувати, тоді як відходить у минуле приреченість споживати лише ті культурні продукти, які є поширеними, престижними в тій соціальній страті, до якої належить індивід, які є характерними для певного, досить уніфікованого стилю життя. Натомість для окремих соціальних угруповань, насамперед, представників вищого середнього класу – менеджерів, управлінців, фахівців з високим рівнем освіти і доходів – запитуваними стають такі соціальні якості, як відкритість до *Іншого*, толерантність, пристосованість до ситуації. Ці якості стають важливими елементами культурної компетентності в умовах соціальної мобільності, розширення кола соціальних зв'язків, середовищ, контекстів [Emmison, 2003, р. 211]. Можна згадати й ідеї Базиля Бернштейна щодо розширеного й обмеженого мовних кодів. Перший характерний для вищих, краще освічених верств населення; вміння перемикає коди залежно від контексту надає їм та їхнім нащадкам соціальні переваги, зокрема, у рамках системи освіти [Коллінз, 2009, с. 235]. Отже, всєідність (ситуативна, контекстуальна прихильність до продуктів високої/середньої/низької культури) в такому разі можна трактувати як елемент розширеного патерну культурної компетентності та схильності до культурної мобільності.

Треба підкреслити, що важливими застаються структурні впливи, не йдеться про можливість для представника будь-якої страти абсолютно вільно рухатися в просторі культурних форм, вибираючи ті, що до вподоби. Як показують дані емпіричних досліджень в австралійському суспільстві, значна частина населення демонструє «культурно іммобільні» патерни споживання, відповідні класовому становищу культурні практики і преференції [Emmison, 2003, р. 219]. Низько-статусні групи, наприклад, робітники фізичної праці значно рідше опиняються в лавах «всєідних» і набагато частіше – в лавах прихильників усталених, однобічних смаків, характерних для моделі «univorous».

### 2.3.2. Досвід емпіричних досліджень гомології і гетерології культурної стратифікації

*Тестування концепту всеїдності у британській соціології.* На впливовість концепту всеїдності опосередковано вказує його використання таким відомим дослідником соціальної стратифікації, як Джон Голдторп. Він разом із колегою Так Він Чаном був керівником дослідницького проекту «Соціальний статус, життєвий стиль і культурне споживання» (2004–2007) в рамках «Cultures of Consumption Programme». Цей проект позиціонується як макросоціологічне порівняльне дослідження культурного споживання у семи країнах: Великій Британії, Чилі, Франції, Угорщині, Ізраїлі, Нідерландах і США. Міжнародна команда науковців, базуючись на аналізі даних національних опитувань, вивчала соціальні основи залучення до сфери культури, зв'язки соціального статусу і культурного споживання та модифікації їх соціальним класом, освітою, доходом і віком і гендером.

У висновках за результатами проекту, які представлені у численних звітах, статтях і книзі «Соціальний статус і культурне споживання» [Social status, 2010] підкреслюється, по-перше, що соціальний статус і соціальний клас взаємопов'язані, але це не одне й те саме; статусний порядок, у Веберовому розумінні, продовжує відігравати значущу роль у британському суспільстві; саме соціальний статус та освіта, а не соціальний клас дозволяють пояснити стиль життя та культурне споживання. По-друге, культурне споживання є соціально стратифікованим, але не за лінію «еліта – маса». Замість цього, існує диференціація між культурно всеїдними і культурно однобічними (univores). «Cultural omnivores» – це ті, хто споживають як «високу» культуру, так і популярну культуру, тоді як культурне споживання «cultural univores» обмежується однією формою. Вказується, що відповідні зіставні результати були отримані в інших країнах, що брали участь у проекті. Дослідники наводять і загальне співвідношення двох груп (латентних класів) у британському суспільстві: 38% культурно всеїдних проти 62% культурно однобічних. Разом із тим наводиться аналіз за різними полями: театр (64% і 36% відповідно; музика – 70% і 30% відповідно). У полі образотворчого мистецтва вирізняється ще й додатковий, проміжний тип – раucivores, споживачі, участь яких у візуальних мистецтвах є явно вищою, ніж univorous – вони відвідують музеї, галереї і виставки – але рідше, ніж всеїдні за частотою і діапазоном [Social status, 2010, p. 207]. Належність до того чи іншого типу культурного споживання є досить чітко структурованою. Жінки загалом набагато частіше, ніж чоловіки, мають шанси бути культурно всеїдними, а жителі міста – порівняно із мешканцями менш урбанізованих територій [Social status, 2010, p. 239]. Наголошується, що в термінах соціальної стратифікації освіта, дохід і статус, а не соціальний клас,

зумовлюють культурне споживання. Ці та багато інших змістовних результатів, зібраних у межах проекту, показують, яку важливу роль у сучасній емпіричній соціології продовжує відігравати аналіз практик культурного споживання для розуміння соціальної й культурної стратифікації суспільства [Скокова, 2008с; е; 2013а].

В іншому проекті британських соціологів «Cultural Capital and Social Exclusion» (2003–2004), присвяченому вивченню соціальної й культурної стратифікації, всеїдність постає як один із ключових концептів. Результати проекту були викладені в монографії «Культура, клас, відмінності» [Bennett et al., 2009], серед авторів якої Тоні Беннет, Алан Ворд, Елізабет Сільва – провідні фахівці в галузі соціології культури та культурних студій. Сама назва книги вказує, що важливим імпульсом для проведення досліджень стала можливість застосування і перевірки класичних ідей Бурдьє щодо зв'язків між культурними смаками і практиками та класовими позиціями в сучасному британському суспільстві.

У висновках, які завершують детальний аналіз проблеми на основі використання кількісних і якісних даних, автори вказують, зокрема, що в сучасній Великій Британії легітимна культура продовжує *мати значення*, але меншою мірою, ніж у Франції 1960-х і, мабуть, у Великій Британії 1960-х. Опозиція високочолої/обивательської культури, ґрунтована на нормативності легітимної культури, зберігає свою цінність переважно для старшого покоління і вузьких кіл еліти [Bennett et al., 2009, р. 251]. У якості культурного капіталу легітимна культура продовжує залишатися важливою для еліти, головне як засіб конвертації в соціальний капітал і досягнення соціальної інтеграції в цих вузьких колах. Оперування категоріями легітимної культури не є характерним для всього середнього класу, отже, вона не утворює механізм розрізнення між ним і робочим класом. Культура останнього теж не є специфічною лише для нього. Автори характеризують культуру робочого класу як «невидиму», таку, що не створює основ для чіткої самоідентифікації, але ця невизначеність супроводжується певними сумнівами, відстороненістю, нерішучістю в описах її представників, отриманих в якісних даних. Це говорить про збереження політичної значущості участі в культурі, хоча й немає чітких свідчень дистанціювання чи презирства представників середнього класу до культури робітничого класу.

Культурні поділи та нерівності автори пов'язують не тільки з класовою належністю, а й із віком, статтю та етнічністю, які в сукупності накладаються. Отже, вважають автори, не можна всі відмінності пояснити лише дією класового габітусу, як робив це Бурдьє. Його приклад знаходження усталеного списку культурних практик, здатних формувати культурний капітал і приносити прибуток його власникам, не вдалося повторити на прикладі сучасної Великої Британії [Bennett et al., 2009, р. 259].



Кількісний аналіз із застосуванням *multiple correspondence analysis* дав підстави дослідникам вирізнити три основні патерни культурного смаку і практик, які, на їхню думку, важко пояснити як ексклюзивні, високо інтегровані та уніфіковані моделі класової поведінки; радше класи можна розглядати як силові поля, в параметрах яких смаки і практики індивідів варіюють, хоча й у межах норми [Bennett et al., 2009, p. 254]. Аналіз показує, що в різних полях діють свої чинники, які утворюють опозиції: в полі музики – між прихильниками усталених жанрів і ентузіастами сучасних, інноваційних, комерціалізованих форм; в полі образотворчого мистецтва – між тими, хто відвідує галереї, виставки й тими, хто з інших, опосередкованих джерел отримує доступ до візуального; в полі читання – між читачами книжок і читачами журналів. Загалом структура культурного порядку змінилася і не так легко знайти в ньому логіку і певний інтегральний принцип.

Саме всеїдність автори вважають певною можливістю для накопичення, конвертації та прояву культурного капіталу, завдяки гнучкості й обертанню в різних культурних полях і різних їхніх секторах. Відкритість до іншого, до нового стала загальноприйнятною чеснотою в британському суспільстві, тоді як «фіксовані», «статичні», традиційні смаки опитувані часто трактують як вузькі і обмежені і, як наслідок, їх пов'язують зі стилем життя робочого класу. Але, всеїдність не є усталеним, уніфікованим типом; вона, своєю чергою, поділяється на інші підтипи, наприклад, більш і менш інтелектуальні всеїдні за смаками. До того ж, «відкритість» має свої рамки, які в основному обмежуються ареалом англомовних, британських та американських культурних форм, тоді як щодо етнічної культури інших народів (в тому числі представників етнічних меншин країни) спостерігається певне дистанціювання. Утім, підкреслюють автори, етос всеїдності з його ліберальним і егалітарним забарвленням став ключовим для британського середнього класу, одночасно підкреслюючи відмову від снобізму і санкціонуючи доступ до популярних, консьюмеристських, гедоністичних розваг [Bennett et al., 2009, p. 257].

Власне, це та інше масштабне дослідження соціальної й культурної стратифікації (на замовлення ВВС) з використанням агрегованих показників економічного, культурного і соціального капіталів [Savage et al., 2013] критично осмислюються британськими соціологами. Так, В. Аткинсон закликає бути обережними у своїх висновках щодо визнання всеїдності як нового режиму культурної легітимності та відмови від принципу Бурдьє «композиція капіталу», враховуючи обмеженість набору емпіричних показників, використовуваних для математичного аналізу. Його власний повторний аналіз на базі даних проекту «Культурний капітал і соціальна ексклюзія» і побудова карти соціального і культурного простору показали інші

результати: гомологію соціального і символічного простору; наявність трьох класів та їх фракцій, подібно до отриманих Бурдье на основі запропонованих ним принципів: траєкторія (вік), загальний обсяг капіталу, композиція капіталу; не проявленість всеїдності [Atkinson, Rosenlund, 2014]. Детальніше про дослідження на замовлення BBC та його критику див.: [Макеєв, Домаранська, 2014, с. 47–49].

*Дослідження всеїдності на американському ґрунті.* Окрім досліджень всеїдності піонера цього підходу Р. Пітерсона і його колег, які робили свої висновки головню на матеріалі вивчення музичних смаків (поле музики зостається одним із найпопулярніших серед дослідників), можна згадати й розвідки 2000-х років інших науковців, із задіянням ширшого набору показників. Так, у дослідженні динаміки залучення до мистецтва американського населення використано дані репрезентативних опитувань за період 1982–2002 років [DiMaggio, Muchtar, 2004]. Аналіз показав, що в цілому за роки спостереження споживання продуктів високої культури серед опитуваних знижується, особливо відвідування концертів класичної музики, балету і театру. Автори ставлять запитання: чи означає це, що статус високої культури, елітного мистецтва як елементу культурного капіталу падає? Доказом цього «сценарію кризи» – дефляції цінності мистецтва як культурного капіталу – слугувало б зниження участі у високій культурі насамперед серед осіб з вищим рівнем освіти, жінок, зокрема – з високим рівнем освіти (саме серед них роль цих занять як складової культурного капіталу для підтримання статусу є важливішою). Але темпи падіння серед цих груп не є відмінними порівняно з іншими групами. Отже, пояснювальна схема щодо зниження ролі високої культури у репродукції статусу для цих груп не працює. Зниження обсягу публічних практик відбувається й щодо відвідувань «менш престижних» закладів і заходів культури та дозвілля (виставки виробів традиційної культури, музичний театр, відвідування історичних місць). Пояснення, на думку авторів, можна знайти у зростанні конкуренції між домашніми і публічними культурними практиками, коли вибір часто роблять на користь перших, а також у змінах моделей сім'ї (збільшення частки неповних сімей із дітьми), та у зростанні рівня зайнятості серед жінок. Підтвердженням теорії всеїдності вони вважають збільшення за цей період часу відвідувань художніх музеїв і джазових концертів серед груп вищого статусу [DiMaggio, Muchtar, 2004, р. 189–191].

Взагалі-то, вважається проблематичною наявність культурної ієрархії в США за опозицією висока–низька культура і важливість знайомства із взірцями першої для еліти суспільства. Історична генеза розвитку культури та мистецтва відрізнялася тут від європейської і роль високої культури у підтриманні статусу вищих верств населення не була такою значущою. До того ж, серед американської еліти багато бізнесменів, професіоналів із вищою технічною осві-

тою, від котрих ніхто не очікує близького знайомства з продуктами високої культури, для розуміння яких потрібні спеціальні зусилля і витрати часу. Дослідники підкреслюють, що в якості високої культури частіше функціонує так звана середня (middlebrow) культура, певні елементи якої здатні набути вищого статусу завдяки зусиллям «культурних посередників», вплив яких медіатизований (наприклад, передача «Книжковий клуб Опри Вінфрі на телебаченні») [Friedland et al., 2007, p. 35; Скокова, 2015b, с. 92].

Так, одна зі спроб на базі даних маркетингового опитування населення США реконструювати логіку «Відмінностей» Бурдье і на основі аналізу відповідностей картографувати соціальний простір, показує, за твердженнями дослідників, що лівий верхній квадрант, де зосереджуються індивіди з вищим рівнем культурного капіталу (порівняно із правим квадрантом), не так виразно насичена маркерами високої культури (як у випадку Франції 1960-х). Правий верхній квадрант, де зосереджуються багаті професіонали з технічною освітою, є більш ізоморфним тій картині, яку отримав свого часу Бурдье. Американські дослідники (як і британські) підкреслюють впливовість недооцінюваних Бурдье факторів статі та віку, які явно структурують поле культурного споживання [Friedland et al., 2007, p. 47].

Інший проект вивчення динаміки музичних преференцій американського населення 1982–2002 років дозволив авторам висунути тезу про гетерологію (а не гомологію в сенсі Бурдье) соціальної структури й культурного споживання [Garcia-Alvarez et al., 2007]. Цією тезою, треба думати, науковці хотіли підкреслити неоднозначність трактування всеїдності й необхідність чітко розрізнити два виміри: діапазон смаків і рівень смаку (висока/низька культура). Внаслідок аналізу змін взірця всеїдності у часі та когортних зсувів вирізнено чотири моделі: 1) всеїдні інтелектуали (висока культура, широкий діапазон смаків); 2) ексклюзивні інтелектуали/сноби (висока культура, вузький діапазон); 3) всеїдні з нижчим рівнем освіти (низька культура, широкий діапазон); 4) низькоосвічені пасивні (низька культура, вузький діапазон) [Garcia-Alvarez et al., 2007, p. 437]. Підкреслено, що у випадку першої групи структурні обмеження практично не спостерігаються, тоді як інші три моделі структуровані за такими вимірами, як належність до вікової когорти, соціальний клас, гендер, расова належність. Уточнюється теза щодо вищої представленості жінок серед всеїдних: серед вищих соціальних страт немає в середньому відмінностей між чоловіками і жінками, тоді як в непривілейованих класах спостерігаються гендерні відмінності у взірцях культурного споживання; отже, наголошують дослідники, треба враховувати складніші взаємозв'язки між соціальним класом і гендером. Загалом, як і у попередніх розвідках, акцентується необхідність побудови багатовимірних конфігурацій культурної і соціальної стратифікації.

### 2.3.3. Кількісні і якісні підходи у вивченні смаків і участі в культурі

*Дискусії у полі репрезентативних опитувань.* Дослідження структури і динаміки культурних практик, як вказувалося, проводять головню на основі аналізу даних репрезентативних опитувань із застосуванням різних форм аналізу: кластерного, регресійного, аналізу відповідностей тощо. Це дає змогу будувати типології культурного споживання, картографувати соціокультурний простір. Власне, відпрацювання кількісних методик аналізу із утриманням у фокусі проблематики стратифікації соціального і культурного простору і взірців культурної рухливості в ньому, що дає можливість порівнювати висновки, отримані на матеріалі різних країн, можна вважати одним із важливих результатів цього напрямку емпіричних досліджень. Це позначається і на певного рівня інституціоналізації: відбулося оформлення Мережі досліджень культурних відмінностей і соціальної диференціації (Network for the Studies of Cultural Distinctions and Social Differentiation – SCUD), яка складається із дослідників з різних країн Європи. Науковців цікавлять теми культурної легітимності та класової домінації, вимірів культурного капіталу, стилів життя і культурного споживання (в сенсі Бурдьє), а також порівняльні й методологічні питання з особливою увагою до застосування багатовимірного аналізу відповідностей, фахівці з якого входять до складу мережі. Власне, мережа об'єднує дослідників, які намагаються перевіряти концепцію Бурдьє шляхом систематичного зіставлення з іншими соціологічними теоріями (наприклад, концептом індивідуалізації – Д. Белл, З. Бауман, концептом влади/знання Фуко), а також через проведення кроскультурних досліджень і докладного вивчення можливостей кількісних, якісних, комбінованих методів, що застосовуються в рамках соціології культурного споживання [Silva, Warde, Wright, 2009]. Мережа утворилася шляхом злиття двох спільнот дослідників: франко-норвезької, яка почала формуватися на конференції «Дослідження соціального простору» в Кельні (1998) та іншої, утворення якої розпочалося на зустрічі в Університеті Упсала 2004 року, куди за запрошенням професора Ю. Гроноу приїхали дослідники культурного споживання із різних європейських країн. Серед науковців цієї мережі знаходимо британських дослідників, які вивчають культурне споживання в руслі постбурдьєзіанської емпіричної перспективи і практикоорієнтованих підходів (А. Ворд, М. Севідж, Е. Сільва, Т. Беннетт), а також представників соціології культури із Данії, Норвегії, Швеції, Фінляндії, Франції та інших країн.

Інший цікавий аспект технології вивчення культурного споживання – вибір індикаторів. Бурдьє, як відомо, вважав, що інтерналізація, інкорпорація культурного капіталу знаходить свій вияв у габітусі як системі диспозицій/смаків, а також в культурних практиках. У «Відмінностях» він використовує ті й інші показники, вимірюючи як настанови, так і поведінку (хоча перших значно більше – див.: [Bourdieu, 2005, s. 632–638]). Дослідження 1980–1990 років часто використовували наявні результати опитувань, не завжди розрізняючи специфіку культурних преференцій і практик. Вирізняють в цьому зв'язку три основні напрямки способів дослідження культурного споживання [Yaish, Katz-Gerro, 2012, p. 170]. По-перше, дослідження, які використовують або культурні смаки, або культурну участь як взаємозамінні показники інкорпорованого культурного капіталу. По-друге, дослідження, які використовували і смаки, і участь як індикатори інкорпорованого культурного капіталу, не враховуючи, що вони діють по-різному. По-третє, врахування важливості дослідження смаку та культурної участі як двох різних вимірів культурного капіталу.

Дискусії виявили дві основні перспективи [Yaish, Katz-Gerro, 2012, p. 170]: прихильники першої наголошують пріоритетність вивчення смаків, преференцій як форм символічного знання, вимірів потенціалу, який, на відміну від практик, не залежить від об'єктивних бар'єрів (віку, типу поселення, фінансових перешкод тощо), схильності до показного споживання, тиску зобов'язань з боку інституцій тощо (про що детально пише Лаїр, див. 1.3.2). Друга перспектива виправдовує звернення саме до практик на підставі двох причин. По-перше, саме участь у культурному житті виявляє соціальні дистанції й формує кордони, сприяє усталеності й видимості культури (Т. Веблен, Г. Зіммель), підтримує класову, групову солідарність, ексклюзивні форми культури. Це особливо важливо в нинішні часи з розмиванням ієрархій і гібридизацією жанрів. По-друге, вербалізація смаків і преференцій є лише деклараціями, тоді як дані про участь в культурі можна вважати більш надійними. До того ж, саме практики як конкретні культурні вибори утворюють певні стилі життя.

**Пошуки у руслі якісної перспективи.** Неоднозначність, а часто й суперечливість отримуваних моделей культурної й соціальної стратифікації та взірців культурного споживання підштовхує дослідників звертатися до використання якісних підходів, комбінованого аналізу. Власне, сам Бурдьє у «Відмінностях» дав приклад застосування комбінованої стратегії, використовуючи методи багатовимірного аналізу кількісних даних, а також вільні інтерв'ю, проек-

тивні методики. Дизайн емпіричного проекту «Культура, клас, відмінності», про який ішлося вище, передбачав комбінування методів: проведення опитування, репрезентативного для населення Великої Британії (з урахуванням етнічних спільнот) і проведення серій фокус-груп та глибинних інтерв'ю з тими респондентами, які за даними репрезентативного опитування були визначені як «всеїдні» [Bennett et al., 2009, p. 261; Silva, Warde, Wright, 2009].

Приклад застосування комбінованого дизайну надають дослідження соціальної і культурної стратифікації в Німеччині (в традиції Бурдье). Дослідники на першому етапі на підставі даних нарративних інтерв'ю і фокус-групових досліджень виявили поширені типи габітусу. На другому етапі в ході масштабного репрезентативного опитування визначався тип габітусу респондентів за відповідями на питання, що містило 44 судження. В ході аналізу культурних і соціоструктурних показників стало можливим вирізнити п'ять типів соціально-професійних мілью та їх розміщення в соціальному просторі [Фестер, 2008].

Як зазначалося у параграфі 1.3.2, французький науковець Б. Лаїр на основі даних глибинних інтерв'ю демонструє гетерономність культурних смаків і практик серед різних груп населення, підкреслюючи такі чинники, як особливості культурної соціалізації, контекстуальність розгортання культурних практик, наявність у родині дітей, вплив смаків партнера тощо. На думку Лаїра, соціальне потрібно вивчати в його індивідуалізованій формі, досліджувати, яким чином індивід стикається з різними соціальними інститутами, групами, полями влади, інкорпорує та інтерналізує соціальну реальність. Як відбувається процес соціалізації, з огляду на гетерогенну природу соціальної реальності? Як співіснують в одному тілі різноманітні досвіди процесу соціалізації і як вони впливають в різні часи соціального/індивідуального життя? Ці питання недоречні, коли соціологи вивчають практики *груп індивідів* — читачів, відвідувачів закладів культури, виборців тощо. Інтерес до індивідуальної соціальної логіки з'являється тоді, коли ми розглядаємо індивідів як складні продукти множинних процесів соціалізації, а не просто основні елементи соціологічного аналізу [Lahire, 2003, p. 332; Скокова, 2015a; b].

Прояснити особливості природи й організації набору диспозицій та практик, які вони генерують, можливо тільки шляхом емпіричних досліджень. Вивчення індивідів на рівні практик групи, до того ж в рамках різних субдисциплін, таких як соціологія сім'ї, освіти, релігії, культури, мистецтва, молоді, релігії, політики, права тощо, призводить до екстраполяції результатів спостережень в рамках цих полів на більш загальний рівень — стилю поведінки,

габітусу, світогляду. Той підхід, який пропонує Лаїр – вивчення внутрішньої плюральності індивідів, контекстуальних варіацій їхньої поведінки, «увімкнення» чи «згасання» диспозицій, оцінки гомогенності/гетерогенності звичок, засвоєних у минулому, – потребує застосування інших методів. Ефективним могло б бути спостереження, але «слідування» за індивідом через різні етапи його життя вимагає багато зусиль, які часто виходять за рамки традиційного соціологічного дослідження. Звісно, треба використовувати інтерв'ю та архівні документи, які можуть прояснити, що є константою, а що – мінливим; виявляти тонкі суперечності, гетерогенні моделі поведінки [Lahire, 2003, р. 345–346]. Ці моменти залишаються поза досяжністю опитувань, які продукують дані, що допомагають підтримувати ілюзію щодо узгодженості й уніфікованості поведінки.

Отже, Лаїр пропонує ширше використовувати якісні техніки отримання та аналізу даних. Разом із тим він наголошує, що соціологічний аналіз на рівні особистості не передбачає відмову від даних кількісних, статистичних досліджень, навпаки, ці дані дають уявлення про різноманіття індивідуальних диспозицій. Мова не йде про увагу суто до унікальних випадків, які є статистично нетиповими, хоча такі випадки іноді бувають корисні, щоб отримати чітке уявлення про конкретні проблеми. Прикладом є відоме дослідження атипового кейсу мельника Мелучіо [Гинзбург, 2000], яке показує, що саме ідентифікація особливого/сингулярного обов'язково веде до розуміння того, що є загальним. Можна навіть сказати, що немає нічого більш загального, ніж сингулярне. Аналізуючи сингулярну природу конкретного випадку, треба намагатися зрозуміти загальні процеси, які цей випадок зробили складним продуктом. Зіставляючи сингулярне із загальним, ми повертаємося до старих опозицій – номотетичні vs. ідіографічні підходи, генералізувальні vs. індивідуалізувальні методи [Lahire, 2003, р. 349]. Лаїр підмічає проблему уніфікації соціологами складного світу соціальних феноменів, коли ми вирізняємо серед даних чіткі узгоджені типи, які явно демонструють ту чи іншу форму преференцій, настанов, поведінки тощо (наприклад, гедонізм, індивідуалізм, патерналізм і т. ін.). Такий аналіз можна використовувати як ілюстрації інституту, епохи, класу, групи або типу особистості. Але ці моделі вводять в оману, коли приймаються для витлумачення конкретних випадків реальності, тобто складних і специфічних результатів плюрального досвіду. Змішані, неоднозначні ситуації, коли індивід може в певному контексті проявляти одні характеристики, в іншому – інші, застаються поза увагою і не охоплюються інтерпретативними моделями. Соціологія на рівні особистості ставить за мету дослідження сингулярних комбінацій загальних характеристик.

Проблему пошуків можливостей вивчення різних модальностей практик, смакових режимів, яку ставить Лаїр, розвивають інші дослідники. Так, обмеження кількісного підходу до вивчення музичних смаків демонструє Марк Ріммер [Rimmer, 2012], який показує, поперше, що в сучасному полі музики весь час відбуваються зрушення, певні жанри стають популярнішими, інші – маргіналізуються, відбувається диверсифікація, вирізнення дедалі нових різновидів певних жанрів. По-друге, важливими є процеси дигіталізації музики, підвищення її доступності завдяки новим способам отримання і прослуховування. Завантаження музичних файлів з інтернету, купівля дисків через інтернет-магазини, як правило, супроводжується можливістю ознайомитися з рейтингами найпопулярніших музичних продуктів, побачити широкий діапазон пропозицій, отримати он-лайн-рекомендації. Новітні музичні пристрої дозволяють мати у своєму розпорядженні великі обсяги музичних записів і прослуховувати їх випадковому порядку (ця опція є вбудованою) чи створювати персоналізовані підбірки творів. Отже, сучасні часи змінюють самі культурні практики прослуховування музики і характер вибору записів, стимулюючи зміну смакових режимів.

Справді, в цьому контексті продовжувати говорити про усталені ієрархії жанрів лише на підставі кількісних опитувань і приписувати смисли певними практикам прослуховування, пов'язуючи їх з культурним капіталом і соціальними відмінностями музики, стає не так легко. Наприклад, якісні дослідження виявили, що декларації стосовно преференцій щодо класичної музики часто робили ті, хто розумів її як досить обмежений набір популяризованих творів класики, які часто можна почути на FM-радіо [Rimmer, 2012]. Звісно, необхідність розуміння того, яке значення слухачі надають своїм смакам і ролі музики у їхньому житті, яке місце належить музиці в контексті соціальної взаємодії і соціокультурної репродукції – все це потребує звернення до більш чутливих способів отримання інформації та її аналізу [Скокова, 2013а].

Культурна мобільність чи репродукція усталених взірців культурного споживання, гомологія чи гетерологія соціальної і культурної стратифікації, всеїдність чи однобічність участі в культурі – це один із кластерів проблем в емпіричних дослідженнях культурної динаміки сучасних суспільств. Концепт всеїдності став одним із ключових у вокабулярії сучасної соціології культури, тестування якого на матеріалах кількісних і якісних досліджень допомагає краще зрозуміти соціокультурні зрушення в полях культури і дозволяє, а також загальніші процеси соціокультурної динаміки.



## **2.4. Дескриптивні дослідження культурних практик у перспективі «виробництва культури»**

### **2.4.1. Становлення перспективи «виробництва культури»**

В американській соціології впливовим є підхід «виробництва культури», в рамках якого було проведено багато різнопланових досліджень процесів виробництва культурних продуктів, зв'язку цих процесів із соціальними інститутами та інфраструктурними контекстами. «Перспектива виробництва культури» (ПВК) уперше представлена Річардом Пітерсоном (1933–2010) на з'їзді Американської соціологічної асоціації 1974 року. Згодом була опублікована збірка за редакцією Пітерсона, яка стала своєрідним маніфестом нового інтелектуального руху. Через три десятиліття її основоположник і ключовий актор підсумував основні досягнення в цьому полі [Peterson, Anand, 2004], детально описуючи витoki перспективи, ключові праці, еволюцію підходу. В європейській соціології підхід користувався меншою увагою, хоча останніми роками став відомішим, першою чергою, завдяки концепту «всеїдності» у культурному споживанні, запропонованого саме Пітерсоном на основі досліджень музичних смаків (див. підрозділ 2. 3). Підхід став відомішим і завдяки критиці його Дж. Александером як різновиду «слабкої програми» соціології культури, яка не враховує впливовість смислових структур. Як пише останній, численні прихильники цього напрямку створюють зрозумілі, методично обґрунтовані емпіричні дослідження середнього рівня, з розглядом обставин, за яких продукується і споживається «культура», прозора показуючи каузальні зв'язки між культурою і соціальною структурою, що відповідає, власне, традиції і професійному етосу американської соціології [Александер, 2013, с. 78–79]. Детальний огляд цієї перспективи здійснив італійський дослідник М. Санторо [Santoro, 2008a; Santoro, 2015], у тому числі й на основі інтерв'ю з самим Пітерсоном [Santoro, 2008b]. Необхідність узагальнення існуючих підходів в соціології мистецтва спричинила аналіз підходу в російській соціології [Фархатдинов, 2008]. Доробок Пітерсона і його колег стали предметом спеціального випуску журналу «Поетика» (редактором якого він перебував довгий час) за участі відомих американських дослідників культури П. Хірша, П. Дімаджіо, В. Цольберг, Дж. Холла та інших [DiMaggio, 2000]. У вітчизняній соціології культури даний підхід, його переваги й уразливість у вивченні практик продукування/споживання культури не є актуалізованим, тому вважаємо важливим

показати роль перспективи «виробництва культури» у становленні емпірико-орієнтованих досліджень практик продукування творів культури [Скокова, 2017d].

**Фокус аналізу перспективи виробництва культури.** Сама назва підходу «виробництво культури» підказує, що дослідники зосереджують свою увагу саме на інфраструктурі, соціальному, економічному, правовому контексті практик створення, оцінювання, маркетинга, популяризації, продажу культурних продуктів, на обумовленості цих процесів наявними і новими технологіями, зміною правових норм, пошуком нових економічних ніш для прибутку тощо. Американська дослідниця В. Грісвольд починає розділ «Виробництво, поширення і рецепція культури» [Griswold, 1994] з опису мініатюрних скульптур білих ведмедів, тюленів, дітей у хуртяному одязі, які присутні в інтер'єрі багатьох американських домівок як символ «наївного мистецтва», природного виразу бачення світу ескімосами, котрі, як вважається, таким чином зображують навколишній світ. Детальніший аналіз виявляє, що історія цього «наївного мистецтва» почалася під час Другої світової війни, коли підприємливі приїжджі з Канади на Крайню Північ помітили природну схильність ескімосів до різьблення забавок для дітей під час довгої полярної ночі і прорахували, що такі вироби можуть користуватися популярністю і попитом. Повільне вирізання іграшок із твердих кісток місцевих тварин підприємців не задовольнило і вони запропонували майстрам м'якший матеріал, що пришвидшило процес різьблення. Ідеї майстрів-ескімосів вирізати для різноманіття американські автомобілі або побачених по телевізору кенгуру, не знайшли підтримки у роботодавців – за їхніми розрахунками, попитом мало користуватися саме «автентичне» мистецтво на основі традиційних уявлень про життя народів Півночі. Так і вийшло, і всі були задоволені: підприємці зі своїм прибутком, майстри-ескімоси, які отримали роботу, матеріал і сюжети для неї, галеристи, які отримали грант на популяризацію мистецтва народів Півночі, споживачі, які мали змогу милуватися творами «наївного», автентичного мистецтва. Ця та інші історії, підкреслює В. Грісвольд, показують, що культурні об'єкти у вигляді ідей і матеріальних артефактів, як і будь-які інші товари, не виникають «природно», лише з натхнення творців/авторів в їхньому соціальному середовищі, а часто є результатом зусиль багатьох учасників процесу, які залучені до проектування, вироблення, оцінювання, промоції, поширення тих чи інших продуктів.

Як вказують дослідники, для 1970-х років виокремлення цього напрямку стало викликом, тому що домінували погляди про дзер-

кальну подібність культури і соціальної структури [Peterson, Anand, 2004, с. 312]. Аналіз складних взаємовідносин культури і соціуму в основному базувався на двох перспективах: по-перше, марксистські і неомарксистські концептуалізації базису і надбудови (способу виробництва і культури) та можливостей контролю культурних форм власниками засобів виробництва відповідно до їхніх класових інтересів; по-друге — структурно-функціональне бачення культури як системи усталених абстрактних цінностей, які детермінують певні форми соціального устрою. Нова перспектива давала змогу наблизитися до сучаснішого бачення взаємовідносин культури і соціуму як елементів складних контингентних конфігурацій, котрі постійно змінюються [Peterson, Anand, 2004, с. 312].

*Передумови становлення підходу «виробництва культури».* Детальна реконструкція інтелектуальних впливів на становлення перспективи, яку здійснив М. Санторо, дозволяє вирізнити такі відомі фігури в американській соціології, як Е. Гоулднер, Л. Козер, Д. Рісман, Е. Хьюз, Ф. Знанецький, Г. Тачмен, Г. Бекер, Г. Уайт, Д. Крейн та інші [Santoro, 2008; Santoro, 2015]. Доробок кожного з цих науковців мав вплив на становлення і еволюцію підходу: промислова соціологія (Е. Гоулднер), соціологія професій (Е. Хьюз), аналіз книговидавництва (Л. Козер, В. Пауелл, Ч. Кадушін), осмислення соціального виробництва наукових ідей (Д. Крейн), соціологія мистецтва (подружжя Уайти) тощо. Інтелектуальні впливи науковців Чиказького (Знанецький, Томас, Парк, Хьюз, Блумер, Бекер) і Колумбійського (Мертон, Лазарсфельд, Козер, Гоулднер, Коулман, Кац, Блау) університетів перехрещувалися й надавали різні (мікро- і макро-) інсайти у ході становлення американської соціології культури. Пітерсон у ретроспективному огляді умов кристалізації підходу вдячно згадує накопичений у 1950–1960 роки досвід досліджень з проблематики соціології організацій, професій, культури та ідеології. Він вирізняє есе «Культурний апарат» Ч. Р. Міллса з аналізом ролі мас-медіа у контингентному формуванні американської культури (1955), працю основоположника соціології організацій Ф. Селзника «Організаційна зброя: стратегія і тактики більшовиків» (1952), написану на основі аналізу партійних документів і розпоряджень 1920–1930 років. Аналіз «невидимого коледжу» в науці Д. Крейн висвітлив вплив систем винагороди в професійних спільнотах науковців (1972). Важливу роль приписує Пітерсон праці 1965 року подружжя Уайтів «Полотна і кар'єри» [Уайт Х., Уайт С., 2000], котрі довели, що появу імпресіонізму у мистецтві Франції XIX ст. важко пояснити за допо-

моги макротеорій впливу базису на культуру (інновації в мистецтві) або як результат геніальності, талановитості митців. Детальна реконструкція історичного контексту прояснила ефекти інституційних змін на вибір жанру французькими митцями: під впливом економічної кризи та постреволуційної ідеології традиційна королівська академічна система мистецтва почала втрачати вплив на оцінювання творів живопису. Формується нова «*інституційна система*» на основі арт-ринку, створеного паризькими арт-дилерами та критиками, які сприяли просуванню інноваційної творчості імпресіоністів – для задоволення смаків покупців, зростаючого класу буржуазії. До того ж, технічні зміни у виробництві пігментів зробили процес підготовки фарб не таким трудомістким і дали змогу писати на свіжому повітрі, створювати невеликі за розміром пейзажі, яскраві сценки з життя середнього класу, які так гарно виглядали на стінах віталень нової буржуазії [Peterson, Anand, 2004, с. 312]. Дослідження Г. Бекера 1960 років у руслі символічного інтеракціонізму і його праця «Світ мистецтва» теж детально висвітлювали процес мистецтва як продукт колективних зусиль, а не виключний результат геніальності індивідуума-творця [Becker, 2008]. Високо цінував Пітерсон праці П. Бурдье, популяризатором яких він став в американській соціології. Цей інтерес підтримували й студенти, аспіранти його кола. Так, П. Дімаджіо у 1979 році публікує статтю про П. Бурдье в «*American Journal of Sociology*». Особливу важливість для підходу мали праці Бурдье щодо обумовленості процесу навчання організаційними особливостями систем освіти в різних соціумах, розробка концепції поля культури. Також Пітерсон цікавився працями представників британських культурних студій, особливо доробком Р. Вільямса; підходом «*продукування новин*» в соціології масової комунікації, етнографією субкультур П. Вілліса, Д. Хебдіджа. Ці напрямки досліджень наочно доводили, що елементи культури формуються в *повсякденних процесах* їх виробництва, стають результатом випадкової констеляції різноманітних факторів у часі і просторі. Таке бачення вплинуло й на вибір методології аналізу, із використанням кількісних і якісних даних.

### 2.4.2. Етапи, елементи, контексти виробництва культурних продуктів

*Основні принципи підходу «виробництва культури».* Базові засади підходу виробництва культури є такими: (а) зосередження уваги на зовнішніх аспектах культури (продуктах, подіях), а не на цінностях; (б) дослідження складових процесу символічного виробництва; (в) використання інструментів аналізу, розроблених у дослідженні організацій, професій, мереж і спільнот; (г) порівняння різних середовищ продукування культурних об'єктів. Культура не є усталеним, практично незмінним аспектом чи сферою соціального життя, дослідники трактують її як ситуативну, контингентну, здатну до швидких змін. Підхід виробництва культури, на думку Пітерсона, розглядає комплексний апарат, який розташований між культурними творцями і споживачами [Peterson, Anand, 2004, с. 312]. Цей апарат включає в себе засоби для виробництва і розподілу; маркетинг (реклама, мас-медіа тощо); створення ситуацій, які потенційно сприяють контактам споживачів із культурними об'єктами.

Для проведення теоретичного аналізу було запропоновану методичну схему, яка включає шість аспектів або граней виробництва культури, *шестигранну модель*: (1) технології, (2) право та регулювання, (3) структура галузі/поля (відносини між організаціями, що виробляють та поширюють культурні продукти, (4) організаційна структура (ієрархія та функціональні диференціації в межах відповідних організацій, (5) професійні кар'єри, (6) ринок. Культурні продукти/об'єкти можуть повільно змінюватися з плином часу, але іноді зрушення відбуваються швидко. Такі швидкі зміни й уночнюють ці шість конститутивних елементів – сукупність інституційних та організаційних умов і обмежень, які можуть пояснити зміни в символічному репертуарі певної галузі поля культури. Базове припущення полягає в тому, що ці аспекти впливають на взаємодію між акторами поля і тим самим формують виробництво тих, а не інших елементів культури. Пітерсон використав шестигранну модель у дослідженні того, як рок-музика витісняє джаз (свінг-бенди, естрадних співаків) і стає домінуючою формою американської поп-музики. Цей злам відбувався дуже швидко, протягом лише трьох років – з 1954 по 1956 рік.

*Від епохи джаз-бендів до рок-музики: кейс-стаді Р. Пітерсона.*

Опис цього кейс-стаді вдало ілюструє шестигранну модель [Peterson, Anand, 2004, с. 312–313]. До появи рок-музики інновації в *технології* знаходилися переважно в руках великих корпорацій, з появою нових

технологій (спрощення аудіозапису, поява невеликих студій звукозапису, поширення магнітофонів у побуті) поширюються дрібні незалежні фірми, що й вплинуло на поширення рок-музики та її популяризацію. Одночасно відбуваються зміни у функціонуванні *права і регулювання*. Раніше у структурі музичної галузі США «епохи» джаз-бендів/естрадних співаків домінували чотири фірми. Зміни в законодавстві сприяли виходу на ринок великої кількості дрібних незалежних звукозаписних компаній і радіостанцій, які робили ставку на той чи той сегмент аудиторії музики. Попередня бюрократична *організаційна структура* крупних фірм сприяла ефективності за рахунок монополізації усіх елементів виробничого процесу, разом із тим повільно реагувала на мінливість популярних смаків. В умовах входження на ринок невеликих, слабоструктурованих організацій, які добре пристосовані до швидкоплинних смаків публік, інноваційні рок-групи отримують шанси швидкого аудіозапису і розповсюдження музики. *Професійна кар'єра* співаків, учасників джаз-бендів розвивалася зазвичай в рамках однієї корпорації на основі довгострокових контрактів, тоді як рок-музиканти співпрацювали з дрібними компаніями – за короткостроковими контрактами, з невисоким рівнем соціального захисту. На зміну безпечному, але застійному бюрократичному середовищу великої корпорації прийшли можливості кращого самовираження митців у динамічному конкурентному середовищі разом із напруженою позаштатною роботою. В епоху джазових оркестрів/естрадних співаків, *ринок* поп-музики являв собою уніфікований гомогенний конгломерат, суперництво йшло між олігархами за більший шматок пирога. Починаючи з епохи року, ринок розвивається як експансивний і динамічний комплекс гетерогенних ніш.

Цей аналіз поля музики показав, що на позір незначні зміни в кожному аспекті процесу виробництва культурних продуктів, працюючи разом, зробили можливим швидке витіснення популярності джаз-бендів/естрадних співаків і сприяли рок-революції, яка відкрила шлях до різноманіття популярної музики [Peterson, Anand, 2004, с. 313–314]. Шестигранна схема стала зручним способом дизайну досліджень у рамках підходу. Науковці обирали предметом аналізу одну або декілька граней. Серед публікацій, які висвітлюють усі шість граней, називають праці Д. Крейн (збірка «Виробництво культури», 1992), Дж. Райана «Продуктування культури в музичній індустрії» (1985), П. Бурдьє «Поле культурної продукції» [Bourdieu, 1993], П. Мануєля про становлення індустрії звукозапису в Індії («Касетна культура», 1993). Хоча останні дві праці написані без

співвіднесення з перспективою виробництва культури, вони відовідають їй принциповим засадам.

**Застосування моделі Пітерсона у дослідженнях практик продукування культури.** Закони, правове регулювання створюють ширше середовище, базові інституційні правила, які впливають на розвиток субполів культури, культурних індустрій (**право і регулювання**). Цензура, концепт свободи преси, право інтелектуальної власності, податкові пільги — ці та інші моменти регулюють виробництво культурних об'єктів, тобто, що саме може (ре)продуватися, кому дозволено це робити, в яких обставинах. Цей примус може бути явним, прихованим, опосередкованим. Показовою працею в цьому сенсі є дослідження В. Грісвольд еволюції американського роману (1981). У США наприкінці XIX ст. досить популярними серед авторів і читачів стали романи, в яких йшлося про боротьбу мужнього, хороброго чоловіка з силами природи (на відміну від британських романів манер). Літературні критики пояснювали це явище відмінностями між американською та британською культурами. Детальніший аналіз показав, що американські видавці охочіше друкували англійських письменників завдяки тому, що їхні книги можна було продавати в США без сплати авторам компенсації, у той час як американським авторам така компенсація мала бути виплачена. Щоб бути затребуваними, американські літератори відшукали незайняту нішу, якою і стала специфічна тема протистояння людини і стихії. Авторське право 1909 р. поставило американських і британських авторів у рівні умови, внаслідок чого значна кількість американських літераторів успішно видрукували романи «в британському стилі». Ця тематика активно досліджується й тепер; так, з поширенням Інтернету виникає багато проблем із порушенням прав інтелектуальної власності та прийняттям відповідних законів, що регулюють копірайт [The social, 2015]. Вплив змін у законодавстві може бути відчутним в різних полях культури, що показує й нинішня ситуація в Україні: законодавче встановлення мовних квот на радіо і телебаченні, податкові пільги у книговидавничій галузі, кіноіндустрії, регулювання інтернет-трафіку, безперечно, створюють нові умови виробництва і споживання культурних продуктів.

**Технології.** Нові технології активізують комунікативні практики, надають нові матеріали, інструменти для творчості, поширення і споживання її результатів. Від зміни технології приготування фарб до появи все нових цифрових гаджетів — можна навести безліч прикладів впливу технологій на культурні практики. Багато праць в руслі «виробництва культури» присвячені впливу технологій на

створення і споживання музики: винахід нотного запису, винахід і масове поширення фортепіано, поява студій музичного запису, поширення радіо, телебачення, дигіталізації, інтернетизації – ці та інші новації кожного разу спричиняли радикальні зрушення у різні історичні періоди. Нові форми взаємодії музикантів, продюсерів, сценаристів тощо у ХХ ст. сприяли появі все нових музичних жанрів, форматів показу і розповсюдження, що розширює діапазон позицій і відповідно – запити публік. Цікавим прикладом аналізу є дослідження британської дослідниці Т. Денори (1995), присвячене прояву особливостей Бетховена як виконавця і композитора завдяки технологічним можливостям фортепіано. Пітерсон і Раян відстежували еволюцію технологій і зміни практик музичного виробництва і споживання: від винаходу нотної грамоти до масового виробництва фортепіано, від радіоіндустрії до дигіталізації та інтернетизації [Peterson, Ryan, 2004]. Технології підсилення звуку, маніпуляції з ним, трансляції на великі відстані, відтворення радикально змінювали практики створення і прослуховування музики. Так, використання мікрофонів дозволило естрадним співакам з м'яким голосом (як Ф. Сінатра) потіснити увагу до оперних поп-співаків із сильним голосом (як Е. Карузо). Окрім безпосереднього впливу на процеси виробництва і споживання, технології змінюють соціальне оточення. Сьогодні електронні медіа сприяють стрімкій глобалізації культури, конвергенції медіа, їх доместикації у повсякденні. Наразі технології дозволяють створювати «домашні» студії звукозапису, мережеві «віртуальні» студії, поширювати витвори професіоналів і аматорів в інтернет-просторі без посередників. Це ж стосується використання комп'ютера та програм-редакторів для друку літературних творів, відеокамер – для швидкого створення і розповсюдження фото, відеофільмів, роликів тощо. Ці технологічні можливості, сприяють не лише вибуху аматорської творчості, розвитку партиципативної культури [Jenkins, 2006a], але й викликають зміни в індустрії і організаційній структурі, перебудовують відносини роботодавців, митців, споживачів.

**Індустрії і структура організації.** Субполя/культурні індустрії в полі культури, як правило, формуються навколо нових технологій, розвитку правових механізмів і перевизначення ринків, що власне і є «інституціоналізацією» [Димаджіо, Пауэлл, 2010]. Структуру культурних індустрій формують кількість, розміри конкуруючих фірм/організацій, форми власності, джерела фінансування. Можна відстежувати динаміку кількості, продуктивності книговидавництва в національному/регіональному масштабі або функціонування теат-



рів, інших закладів культури і дозвілля, що є усталеним для інституційних підходів вивчення сфери культури. Представники ПВК приділяють спеціальну увагу впливу структури індустрії на *креативність та інновації*. Сьогодні ці питання постають особливо гостро із поширенням конвергентних, «нових медіа», вертикальної і горизонтальної інтеграції ключових гравців поля [Ryan, 2007]. У дослідженні 1975 року Пітерсон і Бергер вивчали відносини між кількістю і розміром фірм в музичній індустрії США у різні періоди та появою інновацій. Вони дійшли висновку, що монополізація і контроль ринку декількома фірмами сприяє консервативності. Нішу незадоволених смаків займають дрібні фірми, які виходять на ринок і задовольняють попит на інноваційну музику і нових артистів. Успішність невеликих фірм призводить до їх купівлі великими і *status quo* олігополії знову відновлюється. Як пише Райан [Ryan, 2007, с. 226], ці провокативні результати були потім неодноразово підтверджені у дослідженнях популярної музики 1990–2000 років (Р. Пітерсон, П. Лопес), реп-музики (Дж. Лена), впливу централізації/децентралізації структури індустрій, ефектів внутрішньої диверсифікації фірм на інновації (Т. Дауд).

Більша частина активності з продукування культури відбувається в прибуткових або неприбуткових організаціях. В рамках ПВК було вирішено специфічні проблеми, з якими стикаються саме організації-продуценти культури, зокрема, це відсутність можливості раціоналізувати і прогнозувати перебіг і наслідки творчого процесу, успішність продуктів на ринку. У зв'язку з цим для культурних індустрій звичайною є завищена, широка пропозиція, тому що попит на продукт, його затребуваність аудиторіями важко спрогнозувати, навіть диспонуючи арсеналом маркетингових досліджень. У моделі П. Хірша невизначеність попиту, відносно дешеві технології, надлишок потенційних культурних творців обумовлюють функціонування системи культурної індустрії як апарату регулювання і упакування інновацій, перетворюючи творчість в передбачувані, товарні пакети [Griswold, 1994]. Для організації-продуцентів культури звичайним є найм допоміжного персоналу, культурних посередників: редактори, продюсери, видавці, арт-дилери, агенти акторів, маркетологи виконують медіаційні функції між організацією і артистами, між організацією і мас-медіа, рекламодавцями. У такий спосіб, у рамках ПВК відстежують специфіку організації креативної роботи в різних полях, а також вплив внутрішньої структури організації на вихідний продукт. Зокрема, специфічним є процес прийняття рішення: як саме продюсери, режисери та інші ключові

гравці відбирають, оцінюють певні характеристики продукту (фільм, відеокліп, серійна література тощо), його ключові елементи, надаючи шанс перейти на наступну стадію виробничого процесу, як саме відбувається концептуалізація «іміджу продукту». На структуру організації можуть впливати, зокрема, технології: наприклад, поширення «нових медіа», використання інформації з соціальних мереж, перехід до мультимедійних форматів призводять до скорочення штату в новинних підрозділах телеканалів, збільшення навантаження на робітників, залучення фріланс співробітників [Klinenberg, Benzescu, 2005]. Специфікою культурних організацій є вища ступінь автономії у процесі виробництва продуктів, яка, звісно, коливається, залежно від галузі, жанру, стадії виробничого процесу тощо.

**Побудова професійних кар'єр.** Розподіл творчих, технічних, управлінських, підприємицьких позицій в полі в значній мірі визначається його структурованням. Бурдье структурує поля за обсягом і структурою капіталів, якими диспонують ті чи ті позиції, вирізняючи «автономні» і «гетерономні» його сектори (креативні/«на замовлення»), в яких відповідно відбувається виробництво «справжнього» мистецтва/літератури/науки або комерціалізованих чи політизованих продуктів, тобто зорієнтованих на цінності (ставки) інших полів. Відповідність габітусу і позиції значно підвищує шанси на успіх, просування [Bourdieu, 1993]. Для ПВК теж одним із центральних стало питання, що саме є визначальним для побудови кар'єри у субполях культури: яка освіта, компетентність, навички потрібні, щоб претендувати на ту чи іншу позицію, які вимоги до віку, статі, зовнішності є затребуваними, які ієрархії, системи залежності діють всередині організації, які винагороди очікуються внаслідок витрат зусиль, часу життя в тій чи іншій професії. Всі ці питання допомагають деталізувати специфіку організаційного середовища виробництва культури і його пов'язань із кінцевим продуктом. Ці аспекти вивчаються в термінах «культури виробництва», формальних і неформальних правил, моделей, стеретипів, конвенцій в організаціях. У рамках ПВК досліджували, зокрема, питання *репутації* автора, упізнаваність, «брендовість» якого здатні підвищувати попит аудиторії і зменшувати ризики невизначеності майбутнього місця продукту на ринку, його успіху чи провалу. Спеціальну увагу дослідників ПВК привернув *феномен автентичності* і його роль в кар'єрі автора. Один із прикладів вже наводився вище щодо фабрикації «автентичного мистецтва» народів Півночі. У дослідженні 1997 року Пітерсон показав, як сенс автентичності конструювався в музиці кантрі. Окрім виконавських здібностей співака, вагомим

для субполя стає особистість виконавця – його характер, зовнішність, одяг, експресивність манери виконання. Постають питання, звідки походять ці конвенції щодо «автентичності», навряд чи вони можуть бути відірваними від життя фантазіями, нав'язуваними публікам «зверху». У випадку музики кантрі постачальниками взірців і уявлень щодо іміджу популярних виконавців, звучання і змісту пісень стали т. зв. придорожні бари «хонкі-тонк» (*honky-tonk*) – поширені у 1920–1950 роки у південних і південно-західних регіонах США заклади для відпочинку робітників. Там були невеличкі сцени для виступів ансамблів, а також музичні автомати (*jukebox*), які могли реєструвати вибори записів і тим самим надавати інформацію щодо музичних уподобань на ринку (<https://en.wikipedia.org/wiki/Honky-tonk>). Це створило «ринкову інформаційну систему», що надавала виробникам музичних записів дані про попит. Середовище виконання (невелике приміщення, мала сцена), публіка (робітники, які їли, випивали, голосно розмовляли), робили затребуваними гучне виконання, тематику пісень (загублене кохання, жіноча зрада, самотність, алкоголізм, жалість до самого себе). Ці теми в той час були заборонені на радіо, але через записи ставали відомими ширшій аудиторії [Nathaus, Childress, 2013]. На цьому прикладі Пітерсон показує, як конвенції музики кантрі вперше сформувалися в «живій» зустрічі між музикантами та публіками. Потім відбувається їхня інституціоналізація у вигляді жанру, котрий структурував виробництво та споживання музики поза локальним середовищем виникнення.

Спеціальні зусилля у досягненні «автентичності» в інших жанрах у рамках ПВК досліджували також серед блюз-музикантів, джаз-виконавців, реперів [Ryan, 2007]. Увагу приділяють впливу раси, гендеру, віку на побудову кар'єри в полі культури. Наприклад, у музиці реп, реггі, блюз, кантрі важливими факторами в конструюванні автентичності є раса і соціоекономічне походження. Численні дослідження продемонстрували, що побудова професійної кар'єри в полі культури часто залежить від балансу інноваційності митця і дотримання зовнішніх вимог щодо форм творчості, які мають співпасти з «уявлюваним» аудиторією [Peterson, Anand, 2004]. У нормативно контрольованій індустрії функціонує інституційна модель передбачуваної кар'єри, тоді як у конкурентному середовищі кар'єри, як правило, хаотичні і сприяють культурним інноваціям. Інший аспект – технології, які здатні робити зайвими певні професії, створювати потребу в нових, змінювати зміст праці. Поширення інноваційних технологій (інтернет-комунікація, програми-редактори, власні сайти митців) може знецінювати професії у

полі (літературні агенти, редактори, арт-дилери та ін.), створювати нові можливості для митців-новачків у поширенні творів і набутті популярності поза системою індустрій. Ключовий момент полягає в тому, що постійно змінюються вимоги до професій внаслідок змін уявлень продуцентів і аудиторій щодо актуальних культурних продуктів.

**Ринок.** Проблематика ринку у рамках ПВК розглядається в аспекті приймання рішень продуцентами щодо відповідності продукту смакам і перевагам аудиторій. Мережі виробників відстежують зміни смаків різних сегментів аудиторій і дії своїх конкурентів. Ті чи інші стилі, жанри постійно переосмислюються в залежності від виходу на ринок нових митців/виконавців, творів, появи нових технологій тощо. Як вже вказувалося, ринок культурної продукції характеризує високий ступінь непередбачуваності, отже організації-продуценти намагаються відстежувати попит, робити заміри уподобань, рейтингів фільмів, серіалів, частки охопленої аудиторії, проводити фокус-групи і т. ін. Оприлюднення рейтингів тих чи тих продуктів, касові збори легітимують певні творчі команди, сигналізують про можливість продовження проекту. Відіграють свою роль досвід, інтуїція продюсерів, їхні уявлення про знання «своїх» аудиторій. Дослідження в рамках ПВК доводять, що часто ці знання є помилковими, що зміна методик аналізу аудиторій може призвести до інших результатів стосовно можливих уподобань. Будь-які заміри стосуються минулого досвіду споживачів і базувати на них передбачення щодо майбутнього (не)успіху продукту не завжди є виправданим. Власне, історія культурних індустрій налічує масу прикладів невірних оцінювань якості і шансів на успіх рукописів, сценаріїв, пісень невідомих виконавців тощо, які потім все-таки знаходили шлях «нагору» в ринковому просторі і ставали «класикою жанру».

У вітчизняній соціології накопичено досвід застосування інституціональних та інших підходів у дослідженні професій, полів дозвілля, освіти, споживання, релігії, спорту, науки, зокрема: [Стукало, Оксамитна, 2013; Цимбалюк, 2003; Чепак, 2011; Хомеріки, 2013; Шудло, 2012; Зоська, 2011; Іванкова-Стецюк, 2012; Парашевін, 2017; Кириленко, 2011; Чепурко, Петрушина, Соболева, 2016]. Розглянута перспектива, на нашу думку, надає додаткові можливості досліджень.

### 2.4.3. Критичний дискурс і методологічні перспективи підходу «виробництва культури»

У рамках перспективи «виробництва культури» останню трактують як сукупність символічних елементів (вільно пов'язану), зміст і форма яких є похідними соціальних контекстів їх створення, продукування, поширення, оцінювання тощо. Дослідники зосереджують увагу на конкретних галузях мистецтва, літератури, популярної культури, змінах, які в них відбуваються, за допомоги локалізованих у часі та просторі деталізованих описів соціальних умов виробництва, виходу на ринок, рецепції культурних продуктів. Фокус аналізу спрямовано передусім на організаційні контексти продукування культурних смислів, вплив структурних, організаційних, інституційних, правових, економічних чинників, які є зовнішніми стосовно творчих актів символічного виробництва [Peterson, Anand, 2004, p. 311; Santoro, 2008a, p. 9].

Така позиція сприяє деталізованому вивченню взаємозалежності у здійсненні практик продукування елементів культури, розумінню контингентності та мінливості складових елементів організаційного процесу, послідовності його етапів і наслідків. У рамках цієї перспективи відбувся відхід від трактування продуктів культури як результату геніальності, натхнення, індивідуальності авторів-творців, поширеного в літературознавстві, мистецтвознавстві. Дослідження свідчили, що розуміння елементів символічної культури лише як репрезентації соціальних процесів чи проявів усталеної ціннісно-нормативної системи не вичерпує можливостей соціологічного аналізу.

З 1970 років поширюється популярність текстуального аналізу культурних репрезентацій, критичних, семіотичних, лінгвістичних підходів до аналізу продукування і змісту культури (Франкфуртська, Бірмінгемська школи, постструктуралізм). Саме на нестачу критичності в сенсі постмарксистських підходів/культурних студій, а також недостатню увагу до змісту культурних продуктів, до конструювання смислів указували критики підходу (Дж. Александер, К. Негус, Н. Дензін та ін.). У цих критичних зауваженнях, озвучених у різні моменти часу, йшлося про недостатню увагу до проблем влади, нерівності, маніпулятивного змісту елементів культури, а також необхідність глибшого дослідження проблематики смислу, його конструювання, підкреслення автономії культури.

Пітерсон убачає оригінальність підходу саме в можливості зосередження не на змісті, смислах і значеннях текстів культури (а також їх маніпулятивних, прихованих смислах), а на обумовленості культурних утворень різноманітними внутрішніми (організаційними) і

зовнішніми соціальними чинниками. Цей напрямок, як ми вже вказували, формується внаслідок впливів американської соціології (соціологія організацій, ЗМІ, науки, етнографія Чиказької школи тощо) і пошуків європейських науковців (концепт «поля» Бурдьє, етнографія cultural studies). У центрі уваги були організаційні, інституційні контексти, натомість питання соціальної нерівності, боротьби класів перебували поза фокусом аналізу (хоча одним із наставників Пітерсона був А. Гоулднер, відомий критичними поглядами на капіталістичний лад). Як підсумовує Санторо, Пітерсон посів нейтральну позицію стосовно масової культури і культурних індустрій, які вивчав не як соціальні проблеми, а як соціальні факти. Ця «деполітизація» культурного аналізу допомагала легітимізувати вивчення культури в соціології, а також знаходити соціологічні способи досліджень естетичних питань, відійти від підходів таких дисциплін, як естетика, мистецтвознавство [Santoro, 2008a, p. 10].

Критичні зауваження можна знайти й у праці Ч. Мукерджи та М. Шадсона. Вони вважають, що прихильники ПВК не розрізняють «культуру», яку начебто вивчають, і виробництво культурних об'єктів, які вони вивчають насправді й які можуть стати елементом культури або не стати. Автори статті пояснюють свою думку так: дослідники вивчають виконання (performance), а не зміст, мовлення, не мову [Мукерджи, Шадсон, 2000]. На нашу думку, це протиставлення підкреслює те, що прихильники ПВК вивчали не «культуру» загалом, а культурні практики (виробництва, поширення, споживання культури), практики-як-перформанси, тобто процеси активації, задіяння фонових культурних смислів та їх артикуляцію, екстерналізацію у вигляді культурних продуктів. У такому випадку, мабуть, багатозначність концепту «культура» призводить до можливості таких критичних формулювань. Мукерджи та Шадсон також указують на те, що часто культурні організації відповідають не на запити їх реального оточення, а на те, що вони сприймають як оточення, тобто на формулювання проблем організаціями впливають не лише соціоекономічні, а й ціннісні аспекти культури (традиції, ідеології тощо). До того ж самі організації сприяють створенню культурного середовища, від якого згодом стають залежними.

Ці зауваження, на наш погляд, показують, що перспектива виробництва культури створила емпіричні передумови для глибшого розуміння взаємодії акторів, соціального (культурного) середовища, смислових формацій та їхньої взаємопов'язаності. П. Дімаджіо, один із засновників соціологічного неoinституціоналізму [Івашенко, 2003; Чепак, 2016], багато уваги приділяв дослідженням культурних про-

цесів, взаємозалежності культури й економіки, вивченню ролі когнітивних структур тощо. Так, він описує сучасні зміни у трактуванні культури: соціологи раніше розглядали культуру як внутрішньо послідовні та значною мірою стабільні сукупності скеровуючих принципів (цінностей) і поведінкових приписів (норм), які зазвичай використовували для точного опису суспільств (культур) або груп у них (субкультур). Сьогодні вони дедалі частіше розуміють культуру як таку, що містить соціальні уявлення, ментальні моделі та схеми впорядкування, а також умови навколишнього середовища (інституційне середовище, матеріальна культура, медіа-програмування), які підтримують або оскаржують ці уявлення і моделі. Соціологи дедалі частіше сприймають культуру як контингентний, специфічний за доменами і часто некогерентний репертуар смислів і компетентностей. Залежно від контексту і запитів середовища індивіди здатні змінювати ці репертуари [Dimaggio, Markus, 2010, p. 349]. Бачення переходів від одних до інших порядків обґрунтування цінностей, пов'язаних із різними світами, режимами, розвивають представники французького нового інституціоналізму [Болтански, Тевено, 2013].

Увага до формальних і неформальних правил, конвенцій, повсякденних уявлень, що регулюють практики виробництва культури, безперечно, є наявною і в емпіричних дослідженнях ПВК. Так, працю Пітерсона, присвячену формуванню напрямку музики кантрі, вважають внеском у формування нового інституціоналізму (Н. Ананд). Разом із тим, Пітерсона не приваблювали теоретичні узагальнення. Докладніший аналіз показує, що прихильники ПВК весь час збагачували своє бачення культурних процесів. По-перше, до символічного змісту продуктів завжди була увага, без цього навряд чи можна вибудувати детальну етнографію конкретного випадку. По-друге, у процесі еволюції підходу стає зрозумілою неможливість цілісного пізнання специфіки виробництва елементів культури без глибшої уваги до їх споживання, приписування нових смислів у практиках рецепції символічної продукції [Ryan, 2007; Santoro, 2008a, p. 8–10]. Пітерсон розробляє поняття «автопродукування», «всеїдність», пояснюючи динамічність і розмаїття смаків вищих верств середнього класу американців (підрозділ 2.3.1). Ці кроки стали необхідним підґрунтям для сучасніших способів аналізу культурних практик як складних комплексів/мереж різноманітних складових, у яких немає місця чітким поділам на продукування і споживання культури [Crossley, 2013]. Власне, усвідомлення того, що процеси виробництва і споживання культурних продуктів треба вивчати сукупно, у взаємозв'язку, вважають одним із досягнень ПВК (Н. Ананд, В. Цольберг).

П. Дімаджіо пояснює успіх перспективи як ефекти її здатності створювати переконливі пояснення; відсутності на час її формування серйозних конкурентних парадигм у сферах мистецтва, мас-медіа і популярної культури; використання Пітерсоном інституційних механізмів для поширення перспективи в соціології (АСА, Національний комітет мистецтв); позиціонування перспективи як такої, що пов'язана з традиціями соціологічної теорії, але водночас достатньо відкритої, щоб інші дослідники могли її пристосувати до власних цілей [DiMaggio, 2000, p. 107].

Викликають повагу енергія і працездатність Р. Пітерсона як ключової постаті перспективи «виробництва культури», котра об'єднала навколо ідеї дослідників, багато з яких сьогодні є провідними представниками сучасних підходів до аналізу культури в американській соціології. Дослідження соціологів цього кола багато в чому сприяли інституціалізації соціології культури в США – через організацію секції соціології культури в АСА (першим керівником якої був Пітерсон), підтримку часопису «Поетика», численні публікації, проведення конференцій тощо.

Термін «виробництво культури», запропоновані принципи аналізу культурних індустрій стали настільки загальновідомими і звичними, що їх походження не завжди усвідомлюють сучасні автори, які працюють у річищі підходу культурних індустрій, медіа-індустрій. Утім, ця перспектива стає відомішою в європейській соціології. Автор праці, присвяченої огляду сучасних підходів до культурних індустрій, високо оцінює внески Пітерсона, Дімаджіо, Хірша, Козера та інших представників ПВК у розуміння специфіки культурного виробництва загалом, а також особливостей поділу праці в конкретних галузях [Хезмондалш, 2014, с. 59–60]. Разом із тим він вважає, що в американській організаційній соціології виробництво культури розглядають ізольовано, у відриві від політичних і соціальних конфліктів. Навряд чи можна погодитися з цією категоричністю – наприклад, аналіз такої грані у моделі ПВК, як перебіг професійних кар'єр, показує, що дослідники вивчають питання соціальної справедливості, соціальних дистанцій, расових, вікових упереджень.

У ширшому баченні, можна говорити, що підхід «виробництва культури» є складовою так званої парадигми виробництва/споживання культури. У європейській соціології її витоки пов'язують із марксистськими і постмарксистськими підходами (Франкфуртська школа, дослідження в рамках cultural studies), у соціології культури – передовсім із соціоструктурними поясненнями функціонування полів культурного виробництва і споживання П. Бурдьє, підходом «світів мистецтва» Г. Бекера.



Підхід «виробництва культури» отримує сучасне звучання у працях учнів і колег Пітерсона. Це праці Г. Уайта, П. Дімаджіо, В. Пауелла, Дж. Лени та інших представників «нового інституціоналізму», культуральної соціології, американської реляційної соціології. Нові публікації – про глобалізацію і культурну продукцію Д. Білбі [Handbook of Cultural Sociology, 2010, p. 588–597], «жанр» у контексті реляційного підходу Дж. Лени [Routledge International Handbook, 2016], культурні мережі [DiMaggio, 2011] – дають уявлення про пошуки в цьому напрямку. У працях нового покоління ПВК частіше використовують концепти «поле», «мережі», а не «культурні індустрії», що надає можливість застосовувати ідеї інших підходів.

Важливим, на нашу думку, є доробок представників підходу для розвитку якісної соціології, соціологічної етнографії тощо. Хоча методичні та методологічні проблеми не завжди були у фокусі уваги, сама практика багатьох досліджень є дуже близькою до методу кейс-стаді – вирізнення певного предмета (музика кантрі, рок-музика, літературний процес, виробництво новин тощо) і багатогранне висвітлення цього явища в соціоісторичному і географічному контекстах на основі спостережень, інтерв'ю, аналізу преси, статистики, правових актів тощо. Заслуговує на глибше вивчення досвід досліджень зв'язку технологій, організаційних чинників і культурних змін у рамках цієї перспективи, переосмислення його з погляду сучасних поворотів до матеріальності та реляційності в соціальних науках з увагою до ролі речей, об'єктів, технологій, «non-human» як агентів практик.

Значущим досягненням представників цієї школи можна вважати розроблення поля соціології музики, що потребує додаткового висвітлення. Обсяг праць із цієї проблематики, деталізований аналіз становлення тих чи тих жанрів, стилів популярної музики є вагомим і, власне, не усвідомленим належним чином поза колами північно-американської соціології. Важливими, на нашу думку, є зусилля об'єднати розрізнені дослідження культурних процесів і практик у різних полях (освіта, наука, мистецтво, мас-медіа, релігія тощо) в рамках загальної дослідницької програми. Ця проблема залишається актуальною і сьогодні, враховуючи проліферацію дисциплінарного поля досліджень культури. Розрізненість стосується і рівня національних/регіональних соціологій, тому й убачається необхідним осмислення доробку давно існуючих підходів як підґрунтя для картографування поля сучасної культуральної соціології/соціології культури, кодифікації різних вокабуляріїв і подальших пошуків мови опису складних і мінливих культурних реалій сучасних суспільств.

## 2.5. Поширення практикоорієнтованих підходів у якісних дослідженнях медіа

### 2.5.1. Досвід етнографії аудиторій у полі «media studies»

Останнім десятиліттям у соціології культури і суміжних дисциплінах набувають популярності практикоорієнтовані підходи. Відбувається проникнення теоретико-методологічних засад «повороту до практик» до теорій середнього рівня і проведення відповідних емпіричних досліджень. Як зазначено в підрозділі 1.2, стало поширеним вирізняти етапи в розвитку теорії практик у соціальних науках [Schatzki, 2001; Postill, 2010]. Говорять про перший етап, пов'язаний із працями П. Бурдьє, Е. Гідденса, Г. Гарфінкеля, М. Фуко, М. Серто, Н. Еліаса та ін.; і другий, ідеї якого артикульовано в колективній монографії за редакцією Т. Шацкі (2001), власних працях Т. Шацкі, аналітичних розвідках А. Реквіца, А. Ворда та інших дослідників [Schatzki, 2001; Reckwitz, 2002a; Warde, 2005]. З середини 2000-х років відбувається проникнення цього корпусу ідей у різні дисципліни, в рамках яких вони набувають конкретного осмислення, емпіричного тестування, здебільшого за допомоги якісних технологій, що вказує на формування третього етапу – прикладних практикоорієнтованих досліджень.

Одним із таких напрямків стали медіа-дослідження, зокрема вивчення практик продукування і споживання медіа. Важко оминати це поле, враховуючи всепроникнення і всюдисущість медіа, поширення нових їх різновидів у зв'язку з процесами дигіталізації, інтернетизації, медіатизованого характеру соціальних відносин, культурних процесів і сучасних суспільств загалом у їх рухливому стані глобалізації/локалізації [Скокова, 2008a; Скокова, 2018b].

Наразі нас цікавитимуть передовсім практики залучення населення до участі в медіа. Дослідження споживання продукції мас-медіа, аудиторій медіа є добре розвинутою традицією у вітчизняній соціології, пов'язаною з працями Т. Бурейчак, В. Іванова, О. Зернецької, В. Королько, Н. Костенко, О. Личковської, М. Наумової, А. Ручки, В. Судакової, І. Чудовської та багатьох інших дослідників. Вивчають культурно-інформаційні стилі аудиторій медіа, засновуючись на кількісних репрезентативних опитуваннях, у тому числі порівняльних, проводять моніторинг новин, досліджують залученість до нових медіа тощо [Медіа. Демократія. Культура, 2008; Мінливості культури, 2015; Нові медіа, 2017]. Разом із тим поширення практикоорієнтованих підходів у вивченні медіа висвітлено недостатньо, у зв'язку з чим вважаємо доцільним розглянути особли-

вості їх упровадження в медіа-дослідження в їх етнографічному форматі.

Історія розвитку поля досліджень мас-медіа є дуже насиченою і складною, враховуючи внески не лише соціології масової комунікації, а й поля *media studies* (у рамках *cultural studies*), комунікативістики, антропології медіа тощо. Основні напрямки вивчення медіа-процесів узагальнюють як аналіз продукування медіа-продуктів з урахуванням каналів і технологій їх розповсюдження, аналіз самих медійних текстів/повідомлень, вивчення сприйняття цих повідомлень реципієнтами (аудиторіями) та їх впливу/ефектів. Зупинимося переважно на останньому сегменті досліджень, реалізація яких може відбуватися в рамках різних концептуальних підходів. Серед цих підходів відомими є «теорія ефектів» медіа, «культиваційний підхід», підхід «тотального впливу», в яких підкреслено можливість медіа-повідомлень прямо впливати на установки масових аудиторій, змінювати їх поведінку, викликати бажані продуценту ефекти. Медійні повідомлення трактують радше як однозначні, а їх аудиторії – як пасивні, не здатні протистояти інформаційному проникненню, тиску, маніпуляціям. Функціоналістські, об'єктивістські пояснення поступово починають вичерпувати свій евристичний потенціал, показуючи неспроможність пояснити всю складність культурних процесів, з урахуванням суперечливих і множинних дискурсивних структур, соціокультурних особливостей позиції продуцента медіа-повідомлення, специфіки технологій трансмісії повідомлення/текста, комплексності чинників, що зумовлюють рецепцію медійного тексту. Ця «криза парадигми» призводить до пошуку нових ракурсів пояснення медіа-практик аудиторій і застосування інших методологій аналізу (детальніше: [Якісні дослідження, 2009, с. 8–26; 248–270]).

Зупинимося на поширенні мікропідходів, етнографічних технік у «медіа-студіях», які з 1980-х років стають популярними в рамках британської (Бірмінгемської) школи культурних студій. Етнографія як тип якісного дослідження є основним методом отримання інформації в соціальній/культурній антропології й передбачає довготривалий контакт із носіями певної культури в їх природному середовищі з використанням технік включеного спостереження, вільних інтерв'ю, аналізу доступних документів чи артефактів, іноді – фото-, кіно-, відеофіксацій інтерактивних ситуацій. Цей тип якісного дослідження з часів Чиказької школи використовують і соціологи [Якісні дослідження, 2009, с. 35–38]. У британських культурних студіях із 1970-х стає популярною етнографія молодіжних субкультур (Д. Хебдідж, П. Вілліс), аналіз яких разом із студіями популярної

культури й аналізом медіа-аудиторій (*audience studies*) становлять основні напрямки емпіричних досліджень у цьому полі.

Культурні студії від початку становлення в 1960-х роках концентрують аналітичну увагу на питаннях влади, домінації, нерівностей, а також на можливостях звичайних людей протистояти тиску і маніпуляціям «зверху», в тому числі через використання «по-своєму» популярної медіа-культури [Gray, 2003; The Practice, 2004]. На початок 2000-х років розрізняли три етапи (покоління) досліджень медіа-аудиторії у британських культурних студіях [Alasuutari, 1999]. На *першому етапі* дослідження здебільшого зосереджені на тестуванні моделі С. Холла кодування/декодування медіа-тексту («Encoding and Decoding in the Television Discourse», 1974), тобто особливостях рецепції, «прочитання» повідомлень, виявленні чинників, що впливають на їх сприйняття. Підхід Холла суголосний темам, які розглядають в американському підході «використання і задоволення», а також у концепції «відкритого твору» У. Еко, в теорії рецепції, розробленій наприкінці 1960-х років у німецькій літературній критиці. У моделі Холла акцент зроблено на семіотичному прочитанні послання, це вже не «магічна куля», що її отримує реципієнт; відправлене й отримане послання не є ідентичними, різні аудиторії можуть їх інтерпретувати по-різному.

Ця аналітична модель запустила серію емпіричних якісних досліджень рецепції телепрограм аудиторіями. Важливою для першого етапу британських медіа-студій стала праця Д. Морлі, присвячена аудиторії суспільно-політичної загальнобританської телепередачі «Країною» («The Nationwide», 1980). Дані збирали за допомоги фокус-групових дискусій у 26 групах студентів різних спеціальностей, які відрізнялися за партійно-політичною орієнтацією, класовим походженням, статтю, етнічністю. На основі аналізу отриманих даних Морлі дійшов висновку, що прочитання запропонованого телетексту пов'язано з соціальною позицією плюс певними дискурсивними диспозиціями (культурними знаннями). Полісемічні тексти не детермінують однозначно читачів, але й інтерпретації останніх не є довільними, вони частково зумовлені соціальними чинниками, частково – побудовою самого тексту [Turner, 2003]. Модель С. Холла і дослідження Д. Морлі дають більш-менш збалансоване бачення соціальної та культурної детермінації декодування й активності, самостійності глядача, бачення, далеке від моделі пасивної масової, не диференційованої аудиторії. Було поставлене і питання культурних компетентностей, зокрема, як система освіти впливає на нерівний доступ до знань, обмеженого чи розширеного діапазону дискурсів. Як відомо, в ці самі роки у

Франції виходить книга П. Бурдьє «Відтворення» (1977), у якій досліджено подібні проблеми щодо репродукування соціальної структури системою освіти [Бурдьє, Пассрон, 2007].

У працях *другого етапу* набагато більше уваги приділено ролі соціального середовища сприйняття програм, наприклад, у дослідженні Дж. Лалла соціального використання телебачення [Лалл, 2002] або в аналізі сімейного телебачення Д. Морлі («Сімейне телебачення. Культурна влада і домашнє дозвілля», 1986). Ширше застосовують техніки включеного спостереження. Так, Д. Хобсон, вивчаючи рецепцію мильної опери, вечірніми годинами перебуває разом із родинами інформантів під час перегляду серіалу («Перехрестя. Драма мильної опери», 1982).

Новий напрямок «*етнографія аудиторії*» починає трактувати телебачення як соціальний ресурс для спілкування (обговорення побаченого), а також як засіб відображення і репродукції гендерних і соціальних владних відносин у сімейному житті (Д. Хобсон, Д. Морлі). У проєкті щодо використання комунікаційних технологій у домівці, їх доместикації (Р. Сильверстоун) також розглянуті питання соціального використання телебачення та інших медіа, місця медіа в повсякденному житті, трактування глядачів як споживачів медіа-продуктів, які шукають у них задоволення своїх потреб (розвага, компенсація нестачі вражень/відсутності соціальних контактів тощо).

Стає популярним поняття «інтерпретативні спільноти», етнографічний аналіз котрих виходить на передній план, навіть ідеться про «етнографічний» поворот, порівнюваний за впливовістю з попередніми «лінгвістичним» і «семіотичним» поворотами [Alasuutari, 1999]. Обговорюючи працю Д. Хобсон щодо аудиторії мильної опери, Г. Тернер вказує, що саме використання етнографічного методу дало змогу дійти сміливих на той час висновків про потенційну множинність трактувань телепродукту, його «оживання» і набуття значень і смислів від контакту з глядачами, від їхніх інтерпретацій, які продуценти могли і не передбачати [Turner, 2003, p. 116]. Ці результати відкрили шлях до наступних досліджень у нових напрямках. Це праці 1980-х роів щодо активності аудиторії у використанні медіа-продуктів у своїх потребах Джона Фіска (із залученням ідей М. де Серто), вивчення аудиторії серіалу «Dallas» австралійської дослідниці Єн Анг із зосередженням на тому, що глядачі «роблять» із програмою, аналізу читання жіночої романтичної прози Дженіс Редвей та ін. У них, як правило, поєднуються дві лінії аналізу – питання інтерпретації та питання використання, причому останні виходять на перший план, акцентуючи радше соціальні критерії трактування тексту медіа, ніж текстуальні.

В рамках дискусій тих часів з'являються думки (Дж. Фіск, Д. Морлі), що ця тенденція здатна зруйнувати сам концепт аудиторії, тому що вивчення текстів та їх сприйняття поступається інтересом до загальнішого аналізу практик і дискурсів повсякденного життя, до того ж у контексті поширення домашнього інтернету і послаблення ролі телебачення [Turner, 2003, p. 123–124]. Дослідники звертають увагу на те, що студії аудиторій сприяють есенціалістському баченню цього соціального конструкту; треба враховувати, що люди не є першою чергою глядачами новин чи інших медійних програм, ця роль є однією з багатьох серед набагато важливіших для більшості: сімейні, професійні ролі тощо. Конструювання категорії аудиторії є важливим для ринкових структур культурних індустрій, управлінських, політичних, державних структур, академічних інституцій, які інфантилізують глядачів/слухачів, показують їх гомогенною «уявною спільнотою» з певними характеристикам і потребами (Д. Хартлі, Дж. Редвей, Є. Анг).

Ця критика кінця 1980-х років, розгортання дослідницької само-рефлексії знаменували перехід до нового порядку денного в медіа-студіях аудиторії, або появу «*третьої генерації*» дослідників [Alasuutari, 1999; Morley, 1999]. Необхідність пошуків нових підходів стає особливо наочною з поширенням новітніх інформаційно-комунікативних технологій, збільшенням кількості медійних платформ і змістів, освоєнням людьми нових пристроїв доступу до медіа, поступової їх мінімізації та мобільності, розширенням можливостей активності аудиторій як користувачів нових медіа, їх креативності, соціабельності, здатності самостійно генерувати і поширювати інформацію.

Аналізуючи розвиток британських медіа-студій, Г. Тернер указує, що етнографічні підходи майже неминуче протистоять редукції аналізу до однієї ари дискурсивного оспорювання – такої, як відгук глядачів на телепрограми. Вони провокують вийти за межі концепції телевізійної аудиторії як *лише* телевізійної, досягти «насиченого опису» (К. Гірц) складнощів і багатаспектності повсякденного життя [Turner, 2003, p. 130]. Етнографічні розвідки медіа-дослідників британських культурних студій зазнавали критики – за обмеженість їх фокусу на тексті та вузькій аудиторії програми чи жанру, недотриманні класичної технології збору даних з її довготривалими включеними спостереженнями. Утім, наслідком етнографії медіа став відхід від концентрації на тексті та його інтерпретації до розуміння важливості вивчення практик повсякденного життя загалом, елементом яких можуть бути медіа-практики. Проте етнографію медіа не концептуалізують, як правило, в термінах теорій практики. Ситуація починає змінюватися на початку 2000-х.

### 2.5.2. Практикоорієнтовані етнографії медіа в повсякденні: сучасний етап

У річищі застосування практикоорієнтованого підходу можна трактувати книгу Ш. Мурза, який використав концепцію структурації та практик Е. Гідденса для розгляду ролі медіа в рутині повсякденного життя [Mooges, 2005]. На підставі ідей Гідденса про особливості часу і простору в суспільствах пізнього модерну [Гидденс, 2003; Гидденс, 2011] Мурз розглядає накопичений у британських культурних студіях досвід етнографії медіа. Цей повторний аналіз показує, як радіо- і телемовлення у Великій Британії організаційно вибудовували відповідно добовим, тижневим, річним календарним циклом повсякденної життєдіяльності населення і різних його груп на основі таких механізмів, як *щоденність*, *серійність*, *розклад медіа-програм*. Радіо і телебачення поступово ставали глибоко узвичаєними медіа, які відіграють свою роль у підтримці онтологічної безпеки індивіда. В сьогоденній ситуації, коли відбувається переконфігурація медіа-насиченості середовища, ці дослідження слугують важливим порівняльним тлом для вивчення нових практик рутинізації повсякдення, підтримання стану щоденної «нормальності» буття. Цю роль, зокрема, почали виконувати мобільні телефони, смартфони з програмами швидкого обміну повідомленнями/світлинами, додатками для відстеження щоденних рутин, які дозволяють постійно тримати зв'язок із колом рідних і близьких людей, координувати різноманітні активності.

Важливою щодо змін стала позиція британського дослідника Ніка Колдрі, який закликав до «повороту до практик» (2003) у полі медіа-досліджень, у рамках якого запропонував трактувати медіа як відкриту множину повсякденних практик, пов'язаних із медіа або орієнтованих на них. 2010 року цей текст передруковано у збірнику, спеціально присвяченому теоретизуванню медіа і практики [Couldry, 2010]. Збірник, за словами його редактора, присвячений переосмисленню вивчення медіа з точки зору теорії практики як напрямку соціальної теорії, зосередженому на «практиках», а не на структурах, системах, індивідах або соціальних інтеракціях. Практики є втілені набори дій, які люди виконують із різним ступенем включеності, компетентності та схильності [Postill, 2010]. У книзі подано розвідки представників різних дисциплін, у тому числі антропології медіа, в якій наявні дослідницькі орієнтації на вивчення вписаності медіа у практики повсякденного життя. 1984 року американський культурний антрополог Шері Ортнер опублікувала есе під назвою «Теорія в антропології з 1960-х років», яке часто розгля-

дають як ознаку «повороту до практики» дисципліни [Ortner, 1984]. Вона орієнтується на ідеї теорій практик П. Бурдьє, Е. Гідденса, М. Салінса і закликає повернути людську агентність та історичний вимір в антропологічні дослідження, де домінують на той час теорії символічної антропології (К. Гірц), структуралізму К. Леві-Строса, марксистської політекономії. Як показує ретроспективний аналіз розвитку поля, здійснений Н. Постілом [Postill, 2010], фахівці з антропології медіа вивчали і брали участь у великій кількості пов'язаних із медіа практик по всьому світу. Цей досвід міститься в розрізних етнографічних матеріалах майже без теоретичного осмислення — в корпусі літератури з антропології медіа останніх двох десятиліть розглядають численні види медіаорієнтованих практик, при цьому відсутні посилання на праці з теорії практик, практики як такі рідко розглядаються детально, проблематизуються. Як приклад винятку наведено одну зі статей, у якій диференційовано дискурсивні практики як практики пояснювань, виправдовувань, стверджень, заперечень, проблематизувань, уведення в оману тощо [Postill, 2010, p. 30].

Актуальність досліджень практик розглядає і медіа-антрополог Е. Бьорд у книзі «Аудиторія в повсякденному житті» [Bird, 2003], в якій стверджується, що неможливо ізольовано вивчати роль медіа в культурі, оскільки вони є міцно вписаними в мережі повсякденного життя. Н. Колдрі вважає корисним саме розрізнення: «насичена медіа сучасна культура» vs «життя індивідів, насичене медіа», що не є одним і тим самим, отже, від досліджень «медіа-культур» (що передбачає існування універсальних культурних систем), треба переходити до аналізу діапазону практик, у які включено споживання, обговорення медіа, вибір медіа-змістів і медіа-носіїв [Couldry, 2010].

Розглядаючи особливості теорії практики за версією Т. Шацкі, Колдрі підкреслює, що дії, пов'язані з «практикою», керуються не лише через явне розуміння (наприклад, розуміння того, що і «комп'ютерний диск», і «дискета» належать до практик зберігання цифрової інформації), але і тілесними навичками, а також загальними правилами, цілями, переконаннями, не всі з яких можуть бути явними. Отже, лише деталізоване спостереження за поведінкою людей із медіа здатне розкрити особливості їх (не)важливості, (не)вписаності в реальне життя. Це дозволить прояснити також те, як у діапазоні сучасних медіа-практик виокремлюються конкретні активності, як вони координуються одна з одною. Ці питання, на думку Колдрі, можна вивчати через аналіз деталей повсякденної мови і дій, повсякденних класифікацій. Доцільним може стати й розрізнення «якорних» практик, які втримують навколо себе інші, організовують, координують їх, на що звертає увагу американська дослідниця Е. Свідлер [Swidler, 2001; Couldry, 2010]. Таке впорядку-



вання в полі практик є динамічним процесом, і це тяжіння розрізнених практик до «сильніших» (наприклад, ритуалізованих або святкових, подієвих) створює їх сенсовність. Такі проговорювання ідей теорії практик стосовно конкретного поля медіа-досліджень, узагальнення методологічного досвіду через видання тематичних збірок є важливими кроками в поширенні й адаптації практикоорієнтованих підходів.

Динамічним субполем стає практикоорієнтована етнографія цифрових медіа, на становлення якого впливають, на нашу думку, два проекти останніх років. Масштабний антропологічний проект за керівництвом британського науковця Д. Міллера включає довготривалі польові спостереження в різних країнах (Бразилії, Чилі, Китаї, Англії, Індії, Італії, Тринідаді, Турції) особливостей користування людьми соціальними медіа в повсякденні, відмінностей задіяння різних онлайн-платформ, використання мобільного доступу до соціальних мереж у різних цілях – соціальних, розважальних, інформаційних, креативних тощо [Miller et al., 2016]. Інший приклад – етнографічне дослідження використання цифрових медіа в повсякденному житті австралійців, вивчення того, як цифрові медіа задіяні (часто навіть неререфлексивно) в рутинні аспекти життя домогосподарств [Pink et al., 2016]. Через відвідування домівок відібраних сімей, бесіди з їх членами, а також відеосаморестрацію учасниками дослідження медіа-практик вдалося зафіксувати потоки і ритми повсякденного цифрового користування і деталізувати їх смисли, їх рутинність чи неординарність, тілесні навички, емоційні, афективні аспекти, а також «локальні», «ординарні» знання, часто габітуальні та неусвідомлювані.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що в сучасному полі медіа-досліджень формується досить впливовий тренд етнографічної методології аналізу медіа в повсякденних практиках – на стику практикоорієнтованих соціологічних досліджень, антропології медіа, етнографії культурних медіа-студій. Є й інші дотичні ареали досліджень, які ми тут не розглядали, зокрема соціально-психологічні дослідження медіа-активностей різних груп, у тому числі дітей і молоді (С. Лівінгстон), матеріальні студії медіа, соціологія асоціацій (Б. Латур), американська реляційна соціологія. Ця переорієнтація ракурсу розгляду – від медіа-центричності, медіа-насиченості соціуму, зосередженості на медіа-культурах, медіа-системах до детального спостереження місця, ролі медіа в повсякденні різних соціальних і культурних груп, до фіксації та розуміння їх «емічних» класифікацій самими носіями практик, до занурення в потоки, ритми, рутини життя різних груп людей дозволяє отримати ще один ракурс описів сучасної реальності, що доповнює вже існуючі, усталеніші підходи.

## РОЗДІЛ 3. ДИНАМІКА КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИХ ПРАКТИК В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

### 3.1. Культурно-дозвілєві практики населення: зрушення останніх десятиліть

#### 3.1.1. Баланс приватного і публічного взірців дозвілля

Сфера дозвілля, участі в культурі є важливим елементом повсякдення українських громадян, доменом формування компетентностей, смаків, преференцій, проявом стилів життя, характерних для представників різних соціокультурних груп. Особливості репродукування й мінливості, стабільності й варіативності цих повсякденних практик показують картину культурної динаміки в даному сегменті суспільного життя. Рухливість і нестабільність сучасних соціумів, пришвидшення перебігу соціального часу, постійні кризи, ризики та виклики на локальному та глобальному рівнях — це те навколишнє середовище, в якому живе сучасна людина, пристосовуючи до нього ритм свого існування. Звісно, є локалі і групи, яким властиві вищі темпи та інтенсивність соціальних і культурних подій (великі міста, соціально-активні, зайняті, компетентні, забезпечені групи) або нижчі (депресивні території, соціально незахищені і дезадаптовані групи). Множинність соціально-групових і культурно-компетентнісних диференціацій ускладнює вивчення сучасного стану культурних практик, разом із тим моніторингові спостереження динаміки змін участі в культурі й дозвіллі допомагають відстежувати основні зрушення в цій сфері.

У моніторинговому проекті «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України (керівник проекту В. М. Ворона, автори програми проекту Є. І. Головаха і Н. В. Панина) простежено активність населення у вільний час *упродовж тижня* з 1994 року [Українське суспільство, 2016, с. 489–491]. Також накопичено дані щодо оснащення домівки культурно-побутовими приладами, оцінки соціальних змін у сфері дозвілля і участі в культурі [Українське суспільство, 2014, с. 107, с. 126–130]. Показники оцінки (не)достатності соціальних благ в рекреаційно-культурній, інформаційно-культурній, матеріально-побутовій та інших сферах є складовими тесту «Індекс соціального самопочуття» [Головаха, Панина, 1997; Панина, 2008, с. 177–242]. Регулярні додаткові запитання, що їх розробляють співробітники відділу соціології культури і масової комунікації Інституту у рамках виконання планових тем, стосуються таких

аспектів, як залучення населення до культурно-дозвілєвих практик і витрати на товари культурного призначення *упродовж року*, перешкоди бажаним взірцям проведення дозвілля, культурно-дозвілєві преференції, орієнтації і уподобання населення в сфері літератури, музики, мистецтва, медіа тощо (зокрема: [Українське суспільство, 2016, с. 492–493, с. 540; Українське суспільство, 2017, с. 571, с. 586–593]. Ці та багато інших індикаторів, що їх містить моніторинг Інституту, розкривають стани і динаміку культурної ситуації в українському суспільстві в контексті перетворень в інших сферах життя – соціоструктурній, економічній, політичній [Соціокультурні ідентичності та практики, 2002; Смыслова морфологія, 2012; Мінливості культури, 2015; Участь у культурі, 2018].

Важливою характеристикою соціокультурної динаміки є співвідношення приватного і публічного взірців культурно-дозвілєвих практик у структурі дозвілля і участі в культурі населення України. Цей баланс в цілому залишається стабільним *упродовж останніх десятиліть* моніторингових спостережень Інституту соціології НАН України [Rucska, Szokova, 2008; Скокова, 2002b, 2015c]. Більшу частину вільного часу опитувані проводять вдома, в колі родини, що вказує на *одомашнення дозвілля* як поширений тренд у сучасних суспільствах.

Серед щотижневих медіа-занять за 1994–2016 роки затребуваними є перегляд телепередач (76–87%), читання газет (34–67%), прослуховування радіопередач (24–50%) (*табл. 3.1.1*). Інший важливий сегмент домашнього дозвілля – відпочинок, а також спілкування з рідними, приятелями. Впродовж років спостережень пасивний відпочинок *упродовж тижня* зазначали 34–43% опитуваних, приймання гостей/перебування в гостях 32–46%, заняття з дітьми (перевірка уроків, спілкування, прогулянки) 28–39% респондентів. Популярні види дозвілля вдома – це заняття з комп'ютером (5–36%), читання художньої літератури (17–38%), прослуховування музики (21–33%), перегляд фільмів за власним вибором (відео, інші технічні засоби) – 5–14%, читання фахової літератури – 4–9% респондентів.

Відбувається поступове зменшення обсягу читання друкованих видань – газет, журналів, художньої літератури. Тижнева аудиторія белетристики зменшилася від 38% 1994 року до 17% у 2016-му. Вказували, що *впродовж року* не читали взагалі художню літературу 29% опитуваних у 2003-му, 42% – у 2009-му і 52% – у 2017-му. Майже удвічі за останнє десятиліття зменшилася частка тих, хто відзначає наявність у себе вдома домашньої бібліотеки (більше як 100 книг) – від 31% в 1994-му до 19% у 2014-му. Купували книжки *впродовж 2013 року* 17% респондентів, 2016-го – 12%, журнали – 21% і 9% відповідно. Якщо 2002 року кожен другий з опитуваних

Таблиця 3.1.1

Динаміка домашніх видів культурно-дозвілєвих практик,  
1994–2016, %

Види активності (останній тиждень перед опитуванням, якщо не зазначено інше)	1994	1998	2002	2006	2010	2012	2014	2016
Перегляд телепередач	79,2	80,1	76,5	87,4	86,6	83,1	75,9	72,5
Читання газет	53,6	61,9	61,2	66,5	51,9	47,2	34,1	29,6
Прослуховування радіопередач	47,3	50,2	43,6	50,4	32,7	32,3	23,9	22,8
Прослуховування музики	32,4	32,9	22,2	27,7	26,0	25,1	21,1	22,6
Читання художньої літератури	37,7	35,0	24,4	24,1	21,1	19,9	17,0	16,9
Вивчення літератури за фахом	–	–	7,7	8,9	7,0	6,8	4,1	6,3
Отримували газети поштою (за останні перед опитуванням 30 днів)	–	–	50,8	51,0	32,4	32,5	25,1	–
Отримували журнали поштою (за останні перед опитуванням 30 днів)	–	–	6,6	8,4	6,3	5,8	4,4	–
Перегляд фільмів по відеомагнітофону	–	–	10,0	13,6	10,6	9,0	6,1	5,1
Заняття з комп'ютером	4,7	6,6	5,3	15,6	20,3	29,2	32,2	36,3
Користування Інтернетом (за останні перед опитуванням 30 днів)	–	–	2,6	8,0	21,4	35,2	37,9	–
Користування мобільним телефоном (за останні перед опитуванням 30 днів)	–	–	5,6	47,9	78,9	82,3	87,8	–

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

отримував газети поштою, то у 2014-му ця частка впала до 25%. Хотіли б на дозвіллі частіше читати газети, журнали 15% респондентів, фахову літературу – 12%, белетристику – 17% (у 2013-му).

У 2011 році опитуваним було поставлено таке питання: «Наскільки часто Ви читаєте художню літературу?» Можемо порівняти відповіді з розподілами 1994, 1997 і 2000 років (табл. 3.1.2).

Бачимо, що у 2011 році читають регулярно/не рідше, ніж раз на тиждень, 29% опитуваних, читають рідко – 32%, 39% визнають, що не читають художню літературу взагалі. Кількість постійної читацької аудиторії художньої літератури зменшилася з 39–40% у 1990-ті роки до 29% на початку 2010 років, що підтверджує вищевказану динаміку падіння обсягу тижневої аудиторії читачів белетристики. Динаміку обсягу і регулярності читання населення в Польщі характеризують схожі тенденції: зменшення частки «справжніх

читачів» – тих, хто прочитав впродовж останнього року 7 і більше книжок – з 22% в 1994–2004 роках до 11% у 2013-му; кількість тих, хто впродовж року не читав ніяких книжок взагалі, сягнула 38% [Praktyki kulturowe, 2014, s. 172]. Ці зрушення в обсязі читацької аудиторії друкованих джерел інформації свідчать і про переструктуризацію практик читання в сучасних суспільствах, в яких все більшої ваги набувають візуальні образи, дигітальні носії інформації [Скокова, 2013с; Тягло, 2014].

В Україні, як і в усьому світі, зростає популярність новітніх інформаційно-комунікативних технологій [Скокова, 2008b; d; 2016b; Бойко, 2017]. Кількість користувачів комп'ютерів у вільний час (на тижні) збільшилася з 5–7% у 1994–2002 роках до 36% у 2016-му. Мали вдома комп'ютер 2002 року близько 5% опитуваних, у 2010-му – 35%, у 2014-му – 57%. Зростає й залученість до інтернет-практик: користувалися інтернетом впродовж останнього місяця 3% опитуваних 2002 року і 38% – 2014-го. 2016 року відповіли, що користуються інтернетом 72% опитуваних (вдома, на роботі, в інтернет-кафе тощо). Витрачали впродовж року гроші на доступ до всесвітньої мережі 31% респондентів 2013 року і 41% – 2016-го.

Поширення мережево-цифрової культури у повсякденні позначається на переструктуризації медіа-аудиторій: бачимо, що залученість до телеперегляду зменшується: від 83–86% у 2006–2012 роках до 73% у 2016 році. Телебачення поступається в привабливості новим інформаційно-комунікативним технологіям, його аудиторії старіють. Люди молодшого і середнього віку все частіше віддають перевагу цифровим, мобільним девайсам [Костенко, 2017, с. 320].

Отже, у приватному/домашньому дозвіллі за останні десятиліття відбулися суттєві зрушення, і заняття, пов'язані із застосуванням новітніх приладів та комунікативних технологій для спілкування, розваг і споживання інформації, стають дедалі популярнішими, особливо серед молоді. Разом із тим скорочується обсяг практик читання, пов'язаних із паперовими носіями, у повсякденні починає домінувати екранна культура, мережево-цифрова культура. Опосередковані традиційними (телебачення, радіо) і новітніми медіа культурні практики у домашньому просторі займають дедалі більшу частину вільного часу опитуваних.

Певні культурно-дозвілєві практики здійснюються у **публічному просторі** – насамперед, в різноманітних закладах відпочинку, культури, споживання. Одним із доступних місць для проведення вільного часу стали непродуктові магазини і ринки, до яких на тижні вчашали 20–27% опитуваних (табл. 3.1.3). Багатофункціональні торговельні центри, яких все більше з'являється у містах, стають центрами дозвілля, пропонуючи різноманітні послуги і шопінг як розвагу. П'ята

Таблиця 3.1.2

Динаміка регулярності читання художньої літератури, %

Роки	Займаються часто (щоденно/ декілька разів на тиждень)	Займаються рідко (щомісяця/ декілька разів на рік)	Не займаються зовсім
1994	39	26	35
1997	40	26	35
2000	31	25	44
2011	29	32	39

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

частина дорослого населення України впродовж року відвідує непродуктові магазини, торговельно-розважальні центри, займаються шопінгом, майже кожен четвертий (23%) відвідував кафе, бари, дискотеки (2017). Тижнева «аудиторія» ресторанів і нічних клубів за роки спостережень становить 5–11%; бажаючих частіше таким чином проводити дозвілля 14% – здебільшого молодь (21%), столичні жителі (25%).

Інша сфера культурних практик у публічному просторі – відвідування церкви. Кількість тих, хто відвідував на тиждні релігійні споруди, коливається від 14% до 28%, в 2016 році ця цифра становить 19%. Значущим для населення країни є святкування релігійних дат: Великдень, за даними 2009 року, святкують 93% опитуваних, Різдво – 83%, Трійцю, Покрова – 45% [Скокова, 2010а, б]. Святкування може перебігати в домашньому колі, серед близьких і рідних, а може передбачати відвідування храмів, залученість до колективних релігійних практик у публічному просторі. Хотіли б частіше відвідувати церкву 14% опитуваних, серед жінок – 17% (без вікових відмінностей), дещо частіше ця настанова спостерігається у Західному (18%) і Центральному регіонах (16%); кожен другий з охочих відвідував церкву впродовж року (2013).

До публічних практик культурного споживання, які передбачають наявність відповідної інфраструктури, залучена незначна кількість опитуваних порівняно із домашніми заняттями. За останні роки спостережень відвідують на тиждні кінотеатр 4–7%, бібліотеку – 3–5%, театри, концерти, музеї, виставки – 3–5%, клуби, дискотеки – 3–5%, спортивні видовища – 2–3%, екскурсії – 1–2% респондентів. Відвідуваність певних локальних закладів культури дещо знижується, зокрема, на тиждні у бібліотеці 1994 року бували 7%, а 2016-го – 4% опитуваних (табл. 3.1.3).

**Таблиця 3.1.3**

**Динаміка публічних видів культурно-дозвілєвих практик,  
1994–2016, %**

<b>Види активності (останній тиждень перед опитуванням)</b>	<b>1994</b>	<b>1998</b>	<b>2002</b>	<b>2006</b>	<b>2010</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>
Відвідування церкви	14,4	14,0	13,5	16,8	27,6	25,1	16,2	18,7
Відвідування кінотеатру	7,9	1,5	2,0	4,3	4,7	3,7	4,1	6,7
Відвідування бібліотеки	7,2	5,9	5,8	5,1	3,7	2,6	2,7	4,1
Відвідування клубів, дискотек	–	–	4,2	5,4	4,5	4,1	2,7	4,3
Відвідування спортивних видовищ	3,8	4,0	1,7	3,1	2,4	2,5	1,6	3,2
Відвідування театрів, концертів, музеїв, виставок	3,4	3,9	3,7	2,9	3,6	2,6	2,3	4,7
Екскурсійна подорож	2,9	2,3	1,1	1,5	1,4	1,6	2,1	3,2
Відвідування непродуктових магазинів та ринків	22,9	14,1	20,7	33,6	26,6	23,8	19,8	24,8
Відвідування ресторану, нічного клубу	9,3	9,8	4,4	10,7	5,9	5,2	4,9	5,9

*Джерело:* Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

Річна аудиторія закладів культури і дозвілля, звісно, вища за тижневу, але в цілому теж невелика за обсягом. Аудиторія кінотеатрів дещо зростає, якщо порівняти частки тих, то витрачали впродовж року гроші на квитки в кіно: 8% (2006) і 12% (2016). За даними 2017 року ходили впродовж року у музеї, галереї, на художні виставки 8% опитуваних, бували на концертах, театральних виставах – 12%. Разом із тим відповідають, що протягом року купували квитки до закладів культури вдвічі менша частка опитуваних: до театру, філармонії – 6%, до музею – 4%, на концерти – 3% (2016).

Отже, за оптимістичним варіантом, впродовж року (2013, 2017) не були у театрі, на концерті 88% респондентів. У Польщі не-аудиторія театру менша і становить 73% [Praktyki kulturalne, 2014, s. 155], що пов'язують із зростанням популярності нових театральних форм в регіонах країни. За даними опитування Євробарометр, що охоплювало 27 європейських країн, хоча б один раз упродовж року були в театрі 28% населення європейських країн, решта – 72% – не відвідували [Special Eurobarometer 399, 2013 p. 19].

Витрати на відвідування театрів, музеїв, виставок серед молоді й опитуваних середнього віку зіставні, нижчою зостається частка відвідувачів старшого віку. Виразніша вікова диференціація спостерігається у випадку популярних розваг: частіше до кінотеатрів ходять молоді люди – кожен четвертий витрачав гроші на квитки в кіно впродовж року; серед людей середнього віку таких 14%, стар-

Таблиця 3.1.4

Динаміка оздоровчих, активних видів дозвіллевих практик,  
1994–2016, %

Види активності (останній тиждень перед опитуванням)	1994	1998	2002	2006	2010	2012	2014	2016
Відпочинок на природі за містом	21,5	18,2	8,2	13,3	12,6	12,9	18,6	22,0
Ранкова гімнастика і фізкультура	17,9	17,5	11,3	17,1	13,4	11,6	12,3	14,5
Настільні ігри (шахи, шашки, карти, доміно)	11,9	13,1	12,7	9,2	7,6	6,6	7,6	8,7
Біг, оздоровчі прогулянки	8,4	8,2	4,0	6,2	6,2	6,6	5,9	5,9
Відвідування плавального басейну, спортзалу, стадіону для занять спортом	4,7	4,9	2,9	3,3	4,3	3,3	3,7	6,0
Рибальство, мисливство, збирання грибів	–	–	6,0	4,6	6,3	5,4	11,2	11,9

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

шого віку – 4% (2013). Подібний віковий розподіл спостерігається й у випадку витрат на відвідування концертів популярної музики. Хотіли б частіше відвідувати концерти, театри – 24%, музеї, художні виставки, галереї – 20%, кінотеатри – 23% опитуваних (2013). Ці орієнтації пов'язані з соціоструктурними чинниками, зокрема з рівнем освіти; так, музеї і галереї дещо більше цікавлять осіб з вищою освітою (27%), а oprіч того – заможніших (27%), мешканців Києва (39%), молоді до 30 років (26%) і жінок (22%).

**Місце активних занять у структурі дозвілля.** Активними, оздоровчими заняттями у вільний час займається невелика частина респондентів: впродовж років спостережень відповідали, що на тижні виконували вранці фізкультурні/гімнастичні вправи 11–18% респондентів, 4–8% – займалися бігом, оздоровчими прогулянками. Певну частину опитуваних приваблює замський відпочинок на природі (8–22%), рибальство, мисливство, збирання грибів (5–12%). Підтримують фізичну форму на стадіоні, у плавальному басейні, спортзалі лише 3–6%. Проводять на тижні вільний час за настольними іграми 7–13% (табл. 3.1.4).

Дані щодо річної аудиторії фізично активного населення показують, що впродовж року фізкультурою і спортом на спортмайданчику, стадіоні займалися 15–18% опитуваних (за опитуваннями 2007, 2013, 2017). За даними 2013 року впродовж року практикували фізкультуру і спорт 37% молоді, 18% – серед респондентів віком



30–54 роки й лише 7% – людей старшого віку. Турботу про зовнішній вигляд (масаж, сауна, фітнес тощо) виявляв кожен четвертий з молоді, 16% людей середнього віку і 7% опитуваних старшого віку (в середньому 12–15%). Відпочинок на природі, рибальство, мисливство впродовж року приваблюють приблизно однакову частку людей молодого і середнього віку (39–41%), серед групи старшого віку таких 18% (в середньому 27–33%).

Дослідження фізичної активності населення 15 європейських країн, проведене 2002 року, показало, що в середньому 43% опитуваних європейців на тиждень залучені в інтенсивні форми фізичної активності [Кириленко, 2011, с. 411]. Активний спосіб життя, регулярні фізичні вправи, що допомагають зберегти здоров'я, не є поширеними в нашій країні; рівень залучення до здорового способу життя є нижчим порівняно із багатьма країнами світу. Разом із тим стан здоров'я більшості громадян далекий від задовільного [Соболева, Чепурко, 2017]. Особливо небезпечною ця ситуація виглядає у зіставленні із популярністю пасивних видів домашнього дозвілля, пов'язаних з екранною культурою, поширенням інтернет-практик, популярності соціальних мереж і комп'ютерних ігор тощо. Відомо, що надмірна прив'язаність до різноманітних гаджетів, незбалансована залученість лише до пасивних медіа-занять здатна завдавати шкоду здоров'ю – фізичному і психічному. Безперечно, потрібні додаткові інституційні зусилля щодо популяризації фізичної культури серед населення різних вікових груп.

**Статус творчих практик у дозвілєвій структурі.** Творчі культурні практики у рамках «серйозного дозвілля», що передбачає значні витрати часу, компетентність, навички, залученість до «світів дозвілля», «спільнот практик», утворюють невелику за обсягом аудиторію прихильників. Займаються на тиждень громадською роботою 3–5% респондентів, відвідують гуртки, курси, студії близько 2%, беруть участь у художній самодіяльності близько 1% (табл. 3.1.5). Прикладною творчістю – рукоділлям, вишиванням, карбуванням тощо останніми роками займаються на тиждень 5–7%, хоча в 1994-му ця частка становила 13%. До інших подібних занять на дозвіллі, що потребують певної зосередженості, активності, креативності, регулярно залучається ще менша частка опитуваних: художня творчість (2–4%), колекціонування, фотографування (2–3%), раціоналізаторство, конструювання (1–2%). Ці заняття можна зіставити щодо їхньої поширеності з пасивним споживанням готових продуктів популярної культури – телепередач, музики, літератури, аудиторії яких значно більші за обсягом. Хоча ці аудиторії в свою чергу є диференційованими за рівнем різноманіття/одноманітності смаків, аналітичною, естетичною, розважальною спрямованістю [Костенко, 2013], оче-

Таблиця 3.1.5  
Динаміка творчих видів дозвілєвих практик, 1994–2016, %

Види активності (останній тиждень перед опитуванням)	1994	1998	2002	2006	2010	2012	2014	2016
Прикладна творчість (рукоділья, різьблення тощо)	12,9	9,2	6,7	5,6	4,6	5,0	4,7	6,0
Громадська робота	5,0	4,3	4,2	4,4	3,8	3,2	3,3	3,5
Художня творчість	4,5	3,5	2,1	3,1	2,7	2,3	2,9	2,6
Раціоналізаторство, конструювання	–	–	1,2	1,4	0,8	0,9	1,0	1,3
Колекціонування, фотографування	–	–	1,7	3,3	3,4	2,4	3,0	2,7
Відвідування гуртків, курсів, студій	1,9	1,9	1,6	1,5	1,6	1,3	0,9	1,7
Участь у художній самодіяльності	–	–	0,7	1,0	1,1	1,1	0,9	1,0

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України

видно, що преферування розважальних, масових жанрів є домінуючим. Саме з останніми, як відомо, пов'язують маніпулятивні, відволікальні та мобілізаційні впливи мас-медій критично налаштовані дослідники (Ж. Бодриар, М.Кастельс та ін.). Зрозуміло, що діапазон функцій, які властиві популярним жанрам, набагато ширший; до того ж сприйняття текстів культури потребує значних когнітивних, емоційних зусиль. Можна говорити лише про певний континуум, полюси якого умовно позначені як «творчі/самореалізаційні практики», «активний/самостійний вибір продуктів культури» vs «пасивне споживання продуктів культури, наданих медіаканалами». У такому ракурсі за даними репрезентативних опитувань спостерігаємо дисбаланс саме на користь пасивного культурного споживання продуктів популярної культури [Скокова, 2015d, с.235].

Упродовж року (2007) художньою самодіяльністю, прикладною творчістю, раціоналізаторством тощо займалися лише 4% опитуваних; 2016 року ця кількість зосталася незмінною; відвідували курси (танці, іноземна мова, психологічні тренінги тощо) – по 5% респондентів у 2013 і 2017 роках. На запитання 2013 і 2017 років щодо хобі (прикладна творчість, колекціонування тощо) відповіли більше опитуваних (11% і 13% відповідно). Хобі приваблюють молодших людей віком 18–40 років (16%), заможніших (18%), киян (17%) і мешканців великих міст (14%), без відмінностей за статтю. Частіше займатися хобі/відвідувати курси хотіли б по 16% респондентів, переважно молодь (20–24%) і люди середнього віку (17–18%).

Досить сильною серед опитуваних є ідентифікація із одностайними за дозвілєвими інтересами. Так, на запитання 2015 року щодо важливості належати до тих чи тих спільнот, про які можна сказати «це – Ми», респонденти на перше місце поставили родичів і друзів (53%), на друге – громадян України (52%), на третє – однолітків, людей одного покоління (31%), на четверте – жителів міста/односельчан (28%), на п'яте – людей, з якими об'єднують спільні захоплення (20%).

Інституційну належність до дозвілєвих угруповань не можна назвати розвиненою: членами клубів за інтересами визначили себе 2,4% опитуваних, спортивних клубів, товариств – 2,8%, творчих об'єднань – близько 1%, церковних громад – 4,6% (2016). Водночас, відповідаючи на запитання «Які осередки або організації об'єднують довкола себе людей найнадійніше та найефективніше?» респонденти на друге місце після сім'ї (82%) поставили об'єднання за спільними інтересами (щодо різних видів дозвілля, мистецтв, спорту) – 29%, на третє – релігійні громади (20%).

Досить високо оцінюють опитувані й роль, яку можуть відігравати громадські організації у царині дозвілля – спорт, туризм, культурні ініціативи, клуби за інтересами: кожен четвертий визнає їхню роль дуже важливою, 36% – радше важливою. Із цим практично одностайно погожуються представники різних вікових та гендерних груп і типів поселення. Такі організації мають досить високий громадянський та культурно-дозвілєвий потенціал. Це підтверджує й нинішня кризова ситуація в українському соціумі, коли саме волонтерські, громадські організації формального і неформального типу докладають значні зусилля для її подолання. Необхідна подальша інституційна підтримка і популяризація культурно-дозвілєвих, спортивних, творчих об'єднань, здатних зміцнювати структури громадянського суспільства.

### 3.1.2. Залучення у культурно-дозвіллеві практики: можливості і обмеження

Доступність багатьох культурних благ, реалізовуваність бажаних моделей дозвілля і культурних прав громадян часто залежать від об'єктивних умов – зокрема, соціально-економічної й політичної ситуації у країні, доступності культурно-дозвіллевої інфраструктури, спрямування й ефективності соціальної та культурної політики.

*Динаміка оцінок соціальних змін у сфері дозвілля і участі в культурі.* Загалом серед населення сприйняття ситуації в царині дозвілля і відпочинку змінилося на краще порівняно з 1990 роками (табл. 3.1.6). У 1994-му частка тих, хто негативно оцінював зміни умов відпочинку й дозвілля після роботи, становила 50%, у 2002-му – 33%, у 2012-му – 27%, у 2014-му – 30%. Порівняно із серединою 1990-х років частка тих, кому бракує рекреаційних благ, дещо зменшилася, але зостається доволі великою: близько 60% не можуть провести відпустку так, як їм хотілося б, майже кожен другий не вважає своє дозвілля повноцінним. Задоволені тим, як вони проводять вільний час (вистачає повноцінного дозвілля) 22–25% респондентів, серед яких переважають особи молодшого віку й вищого матеріального статусу.

Таблиця 3.1.6

#### Динаміка оцінок соціальних змін у сфері вільного часу, %

<i>Соціальні зміни впродовж останніх 12 місяців</i>	1994	1998	2002	2006	2010	2012	2014
<i>Умови відпочинку й дозвілля після роботи...</i>							
Погіршилися	52,8	50,4	33,8	18,2	20,9	26,6	29,5
Залишилися незмінними	43,9	46,9	59,5	72,2	71,1	68,6	65,8
Покращилися	3,3	2,7	6,8	9,6	8,0	4,8	4,6
<i>Можливість брати участь у культурному житті</i>							
Погіршилася	44,7	41,2	25,8	15,4	20,5	23,4	22,7
Залишилася незмінною	46,3	50,6	64,1	72,8	67,5	70,5	69,9
Покращилася	9,0	8,2	10,1	11,8	12,0	6,1	7,5
<i>Умови відпочинку під час відпустки</i>							
Погіршилися	68,6	63,4	41,2	22,8	26,6	32,4	36,2
Залишилися незмінними	28,7	34,5	52,6	70,0	65,2	63,2	59,6
Покращилися	2,7	2,1	6,2	7,2	6,6	4,4	4,3
<i>Можливість отримання достовірної інформації про те, що діється у країні та світі</i>							
Погіршилася	37,6	21,6	15,7	13,6	15,8	24,2	34,2
Залишилася незмінною	40,7	53,4	59,0	58,6	66,9	64,8	49,4
Покращилася	21,7	25,0	25,3	27,8	17,3	11,0	14,1

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

Подібна ситуація і в оцінці можливостей доступу до культурних благ, участі в культурі. В 1994 році було 42% тих, хто відзначав погіршення умов в цій царині, з 2002-го їхня частка зменшилася до 23–26%. Погіршення умов відпочинку під час відпустки впродовж року відзначали 65% респондентів у 1994-му, 40% — у 2002-му і 36% — у 2014-му. Разом із тим частка оптимістичних відповідей за всіма цими позиціями є дуже невеликою (4–8% 2014 року) і більш характерною для молоді; переважна більшість респондентів обирають останніми роками нейтральний варіант «зосталися незмінними».

Суспільна криза 2013–2014 років в Україні унаочнила проблеми інформаційної безпеки, інформаційно-культурної компетентності громадян країни. Здатність критично сприймати потоки новинної інформації, зіставляти різні джерела новин, протистояти маніпулятивним технологіям належить до складних навичок і потребує певних обсягів культурного капіталу, вільного часу, доступу до альтернативних джерел, бажання витратити час на критичний аналіз інформації тощо. В умовах розгортання пропагандистських кампаній, замовчування і перекручування фактів, упровадження в інформаційний простір «фейкових» новин, чуток і т. ін., постійних повідомлень про людські втрати посилюється психологічна незахищеність населення, фрустрація з приводу неможливості вплинути на ситуацію, зростають роздратованість і страхи. Останні можуть становити ґрунт для посилення стереотипів, несприйняття представників інших соціальних груп, дистанціювання.

У 2014 році частка тих, хто відчував дефіцит достовірної інформації про те, що діється у країні та світі, зросла на 10% порівняно із 2012-м, тобто кожен третій відзначив погіршення в цій сфері (табл. 3.1.6). Серед загалу опитуваних зросло число негативних оцінок свого психологічного стану, настрою: показники таких станів, як відчуття напруження, роздратованості, зросли до 41% (2012 — 29%), страх, туга — до 18% (2012 — 8%), як нормальний, рівний оцінили свій стан лише 29% (2012 — 49%). Серед останніх 26% відзначають погіршення можливості отримання достовірної інформації, тоді як серед осіб, що засвідчують настрій напруженості та роздратованості, таких 37%, а серед тих, кого поглинають страх і туга, таких ще більше — 44%.

Відчуття дефіциту достовірної інформації є характернішим для активної аудиторії медіа: негативні оцінки превалюють серед молоді (38%) порівняно із людьми старшого віку (31%), серед осіб з вищою і неповною вищою освітою (38%) порівняно з респондентами з неповною і середньою загальною освітою (31%), серед мешканців

міста (37%) порівняно з сільськими жителями (28%), серед інтернет-користувачів (38%) порівняно із читачами преси (31%). Важливим є регіональний чиник: найвищою частка тих, хто говорив про дефіцит достовірної інформації, була на Донбасі (49%), у Східному регіоні (42%) та в Південному регіоні (37%). Порівняно менше таких відповідей в Центральному (31%) та Західному регіонах (19%) [Скокова, 2014b]. Суперечливість і надмір інформаційних потоків породжують у частини активної медіа-аудиторії, яка хоче віднайти правдиві джерела повідомлень, відчуття невдоволення щодо достовірності медійної інформації.

**Приватний й публічний взірці дозвілля: стримувальні чинники.** Як пам'ятаємо, серед населення домінує *домашній взірець* дозвілля, що актуалізує питання оснащення домівки відповідними приладами, комунікаціями, які дають змогу залучатися до медіа-практик, споживати різноманітні інформаційні, культурні продукти. Кольоровий телевізор став звичайним елементом побуту майже кожної родини, частка власників зросла з 65% у 1994-му до 92% 2014-го. Відеоапаратура для перегляду фільмів теж ставала доступнішою (з 10% у 1994-му до 34% у 2010-му), але її, як і магнітофони та радіоприймачі, замінюють цифрові прилади, отже кількість обладнання попереднього покоління знижується (табл. 3.1.7).

Частка власників комп'ютерів за останні десятиліття зростала від 5% до 57%. В селі комп'ютер мають майже 44% опитуваних, в малому і середньому місті – не менш як кожна друга родина, у великих містах – 64–72% власників. Присвоєння нових культурних

Таблиця 3.1.7

Динаміка оснащення побуту культурно-дозвілєвим інвентарем, %

Культурний інвентар	1994	1998	2002	2006	2010	2012	2014
Кольоровий телевізор	64,7	69,3	73,9	89,7	92,8	92,3	91,6
Магнітофон, радіоприймач, програвач	58,4	58,5	56,4	55,6	47,2	39,8	32,9
Бібліотека (понад 100 книг)	30,7	22,5	20,2	22,2	18,4	15,9	19,2
Сtereo- і відеоапаратура	9,9	15,1	19,7	28,2	33,7	25,1	22,5
Комп'ютер	–	–	4,7	18,5	34,9	46,6	56,9
Спортивне, туристичне спорядження	17,9	12,8	14,4	5,1	6,2	5,1	7,0
Мисливське, рибальське спорядження	–	–	10,3	8,9	12,3	9,5	13,5

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

об'єктів, включення їх у свій повсякденний ритм життя є складовими процесу доместикації ІКТ, що передбачає набуття відповідних компетентностей, тілесних звичок, сприйняття символічної значущості цих речей. Впродовж року витрачали гроші на придбання мобільного телефону, смартфона 19% респондентів, комп'ютера, ноутбука, нетбука – 8%, електронних книг, рідерів, планшетів – 4% (2013).

З 2011 по 2014 рік у два рази зросла частка опитуваних, які читають електронні книги – с 7% до 14%. Найпопулярнішими є *e*-книги серед громадян віком 12–24 роки – серед них 25% читають в цифровому форматі порівняно із 6% опитуваних віком 45–65 років [Скокова, 2015d, с. 242]. За даними опитування [Українське суспільство, 2013, с. 550], серед молодих читачів книг (18–29 років) читають на паперових носіях – 76%; *e*-книги – 10%, з планшету – 8%, з екрану монітора, ноутбука тощо – 31%, зі смартфона – 17%. Серед читачів старших вікових груп ці показники нижчі, що свідчить про формування нових культурних звичок оперування інформацією серед дітей і молоді.

Диференціація у доступі і користуванні новітніми ІКТ пов'язана також з іншими соціоструктурними чинниками: рівнем освіти (з повною вищою освітою користуються інтернетом 84% респондентів, із середньою спеціальною – 69%, із середньою загальною – 59%); рівнем доходів (серед «бідних» витрачали гроші впродовж року на доступ до інтернету 16% опитуваних, середнього рівня доходів – 31%, вище за середній – 39%, серед «заможних» – 52%) (дет.: [Скокова, 2009с]). Гендерна нерівність спостерігається лише у старшій віковій групі: серед опитуваних старших за 55 років інтернетом користуються 36% чоловіків і 21% жінок.

Інформаційно-комунікативна оснащеність певних груп розширює діапазон культурних практик, сприяє розмиванню кордонів між заняттями у приватному і публічному просторах. Ці практики стають повсякденними насамперед для молоді, саме серед цієї групи найвища частка власників комп'ютерів, але динаміка позитивна серед усіх вікових груп: з 2008 по 2014 рік наявність цієї техніки зросла вдвічі-втричі (з 43% до 73% серед молоді, з 33% до 65% серед людей середнього віку, з 11% до 33% серед людей старшого віку).

У публічному просторі одним із значущих факторів, що диференціює доступ до бажаної участі в дозвіллі, залученні до культурних благ, зостається тип поселення, в якому проживають респонденти [Скокова, 2004; 2012с]. Культурно-дозвілєва інфраструктура, комунікаційні технології в нашій країні розвинені дуже нерівномірно, отже, можливості участі в практиках, які б перебігали у

стаціонарних закладах культури і довілля, можливості доступу до стаціонарного інтернет-під'єднання тощо зменшуються відповідно до зменшення розміру населеного пункту, віддаленості його від великих міст.

В Україні, за статистичними даними, відвідування населенням закладів культури та мистецтв порівняно із 1990 роком, значуще зменшилося. Так, упродовж 1990 року відвідування музеїв становило 61 відвідування на 100 осіб, 2000-го – 32, 2013-го – 43, 2016-го – 37 (табл. 3.1.8). Удвічі за два десятиліття зменшилася відвідуваність театрів (з 34 відвідувань 1990 року до 14 відвідувань на 100 осіб 2016 року). Показники відвідувань концертів зменшилися від 29 у 1990 році до 9 (2005–2013) і 6 відвідувань на 100 осіб у 2014–2016 роках. Щодо відвідування кіносеансів, зміни є радикальними і нині відвідуваність становить 25 на 100 осіб, тоді як 1990 року ця цифра становила 1062. За даними Державного агенства з питань кіно протягом 2015 року в Україні фактично працювало 496 демонстраторів фільмів: 294 – у міських поселеннях та 202 – у сільській

*Таблиця 3.1.8*

**Динаміка відвідування населенням закладів культури  
і мистецтв в Україні**

Відвідування закладів (на 100 осіб)	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
музеїв	61	34	32	40	41	42	44	43	33	35	37
театрів	34	16	11	13	14	14	15	15	13	13	14
концертів	29	14	8	9	9	9	10	9	6	6	6
кіносеансів	1062	69	12	22	19	33	35	29	25	25	-

*Джерело:* [Заклади культури, 2012; Заклади культури, 2017].

місцевості [Заклади культури, 2016, с. 33]. (Довідково: кількість міст в Україні на 1 січня 2016 року – 460). Інші дослідники також фіксують на основі даних статистики істотні структурні зрушення останніми десятиліттями в культурній сфері країни й окремих регіонів.

Дані офіційної статистики свідчать про зменшення у країні загальної кількості бібліотек (з 25,6 тис. 1990 року до 19,1 тис. 2013-го і 17 тис. 2016-го), закладів культури клубного типу (з 25,1 тис. 1990-го до 18,5 тис. 2013-го і 17,1 тис. 2016-го), кіноустановок (з 27,2 тис. 1990-го до 1,6 тис. 2012-го і 1,1 тис. 2015-го), шкіл естетичного виховання (з 1476 2011-го до 1296 шкіл 2016 року) (*Додаток Б, табл. 1*). У сільській місцевості клуби та бібліотеки є публічними



осередками доступу до літератури, преси, мистецтва, місцем для колективного спілкування. Хоча мережа бібліотек у сільській місцевості розгалужена, видача книжок та журналів у розрахунку на 1 читача є нижчою: 19 одиниць порівняно із 26 у міських поселеннях (2016). Враховуючи, що клуби, бібліотеки, школи естетичного виховання у сільській місцевості є місцями доступу до участі в культурі (за практичної відсутності інших), то скорочення закладів та місць у них зашкоджує якості життя сільських жителів, рівень якої і за іншими показниками важко назвати задовільним [Іваненко, 2014].

Так, на запитання «Коли Ви в останнє були на перегляді художнього фільму в кінотеатрі?» негативні відповіді («ще за радянських часів» або «не пам'ятаю, коли це було останнього разу») дали 84% жителів села; по 70% опитуваних в невеликих містах; 59% – у великих містах; 53% – у місті понад 1 млн. мешканців (2007). У великих містах та столиці зростає мережа кінотеатрів, де постійно оновлюється репертуар і застосовуються новітні технології. Цей різновид культурно-дозвіллевих практик, популярний у великих містах, став недоступним для жителів сел, селищ, містечок. Поїздки провінціалів у велике місто на театральну виставу, художню виставку, на концерт тощо стали також нереальними для більшості жителів сел, невеликих міст (витрати часу, ціни на квитки у ці заклади, ціни на проїзд).

Підтвердженням культурної нерівності є ситуація відсутності у життєвому досвіді респондентів фактів перебування в тих чи інших закладах культури, сприйняття «наживо» мистецьких творів. Серед жителів невеликих міст/сільчан 55–60% відповіли, що жодного разу не були у театрі опери та балету; 51–56% – на концерті класичної музики, джазу; 34–47% – на художній виставці; 30–36% – у драмтеатрі; 28–30% – на концерті народної пісні, 17–33% – на концерті естрадної пісні (*табл. 3.1.9*). Частка таких відповідей серед мешканців великих міст із кращою культурною інфраструктурою є порівняно нижчою (див. також: [Культурні практики, 2012]).

Кожен десятий з опитуваних сільчан ніколи не бачив кінофільм на широкому екрані, по 16% – не були ні в музеї, ні в цирку. У театрі опери та балету не бував кожен четвертий респондент із вищою освітою, і кожен другий – із неповною середньою освітою. В такому закладі були 58% серед тих, хто відносить себе до середнього класу, і 49% – серед тих, хто не залічує себе до середнього класу; подібний розподіл спостерігається й щодо відвідування концертів класичної музики. На придбання білетів до театру, філармонії, на концерти популярної музики витрачали гроші 10% представників середнього

Таблиця 3.1.9

Установи та заходи, які респондент жодного разу  
не відвідував у своєму житті, 2013, %

Установи та заходи	N=1800	Вікові групи			Тип поселення			
		До 30 років	30-54	55+	Київ	Велике місто	Невелике місто	Село
Музей	9,4	10,1	8,0	11,2	2,0	5,3	8,0	15,8
Драматичний театр	26,7	31,7	25,8	24,9	14,3	15,4	30,9	36,2
Театр опери та балету	47,1	54,7	45,7	44,8	28,6	31,3	55,2	59,5
Кінотеатр	5,6	6,2	4,1	7,5	1,0	2,2	4,0	10,6
Бібліотека	5,0	7,1	3,9	5,3	1,0	4,8	3,0	7,3
Цирк	7,3	7,1	5,2	10,7	1,0	2,6	3,6	15,9
Виставка живопису, скульптури, художньої фотографії	34,7	37,0	31,6	38,0	19,4	25,3	34,1	47,2
Естрадний концерт (в т. ч. концерт популярної музики)	19,7	20,1	16,6	24,3	5,1	11,3	17,1	32,6
Концерт народної (фольклорної) пісні, танцю	28,8	35,8	29,9	22,6	32,7	27,9	28,5	29,6
Концерт класичної музики, джазу	47,6	50,9	46,8	46,7	40,8	38,3	51,0	55,6
Важко відповісти	3,7	1,8	3,6	5,2	0,1	1,4	3,0	6,8
У всіх цих закладах був принаймні один раз	29,4	22,5	29,4	33,4	38,3	41,2	26,1	18,3

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

класу (за самовизначенням) і лише 3–4% опитуваних із тих, хто не вважає себе представником середнього класу. Ці приклади підтверджують, що соціоструктурні відмінності у доступі до публічних закладів культури зберігають свою вагу в сучасному українському суспільстві. Таким чином, для багатьох мешканців країни проблема вибору між складними й популярними продуктами культури у публічних закладах дозвілля не є актуальною – їм недоступні за фінансовими та інфраструктурними причинами як ті, так і ті.

### 3.1.3. Культурно-дозвілєві стилі та їх рухливість

Практики у сфері дозвілля та участі в культурі, як бачимо, часто зумовлені соціоструктурними факторами, пов'язані із соціо професійними, поселенськими, віковими та гендерними розподілами, утворюючи специфічні елементи стилю життя різних соціальних груп (див. також: [Стиль життя, 2008]). В сучасних суспільствах ці соціоструктурні, соціодемографічні залежності частково зберігають свою силу, частково розмиваються через урізноманітнення життєвих стилів, можливості ідентифікацій не з однією, а з різними субкультурами, поширення доступу до різних культурних благ завдяки новітнім ІКТ. Ідея культурної мобільності, більш вільного руху у просторі культурних пропозицій, можливості «відірватися» від прив'язки до смаків і прераференцій, відповідних певним соціальним статусам, що оформлена в концепті «всеїдності», потребує уточнення на матеріалі українського суспільства.

Кластерний аналіз дав змогу вирізнити декілька стилів/моделей/взірців культурно-дозвілєвих практик, характерних для населення країни (табл. 3.1.10, рис. 3.1.1–3.1.2).

**Кластер I** (29%) презентує осіб, дозвілля яких дуже лімітоване, одноманітне за набором занять (univores). Вільний час обмежується переглядом телевізора (55%), відпочинком вдома (30%), нечасто – відпочинком на природі (18%), використанням інтернету (17%), переглядом газет, журналів (12%), прослуховуванням музики (14%). Також в це коло занять подеколи входить гостювання (15%), відвідування церкви (11%). Можна умовно назвати стиль цієї групи «Домосіди». Подібний за набором занять **кластер 4** охоплює 26% респондентів. Набір дозвілєвих практик дуже подібний, але залученість до них вища. Більша частка представників цієї підгрупи переглядають телепередачі (96%), відпочивають вдома (78%), читають газети, журнали (61%), гостюють (69%), ходять до церкви (38%), слухають радіо (35%), відпочивають на природі (21%); назовемо скорочено цю групу «Телеглядачі». У кластері 4 дещо вища порівняно з першим представленість жінок; в обох підгрупах переважають люди старшого віку – 60+, але в кластері 4 ще менша частка молодих людей, ніж у першому, і вища частка людей старшого віку. У кластері I чітко представлені жителі невеликого міста (36%) і села (31%), в кластері 4 – переважають сільські мешканці (36%). Обидві підгрупи репрезентують людей бідних і середнього достатку (за самооцінкою), переважно із неповною середньою освітою, вдових (40% і 45%), розлучених (26% і 33%) або одружених (25% і 29%). Представників обох кластерів багато серед незайнятих пенсіонерів (38% і 44%), домогосподарок (36% і 24%), різноробів (24% і 36%).

*Таблиця 3.1.10*

**Стилі культурно-дозвіллевих практик: кластери, 2013, %**

Культурно-дозвіллеві практики (останні 12 місяців від опитування)	CL1 (28,9%)	CL2 (9,8%)	CL3 (13,8%)	CL4 (25,6%)	CL5 (8,3%)	CL6 (13,5%)
Стадіон, басейн, тренажери	7	36	19	3	71	24
Масаж, фітнес	5	26	15	5	64	13
Рибальство, відпочинок на природі	18	42	34	21	72	55
Кінотеатри	2	27	5	1	59	26
Концерти, театри	3	27	10	2	63	7
Музеї, галереї	2	15	11	1	49	5
Гостювання	15	86	58	69	95	78
Кафе, бари, дискотеки	5	32	10	7	88	74
Ресторани, нічні клуби	3	11	6	2	68	27
Газети, журнали	12	37	90	61	85	40
Фахова література	3	28	55	4	73	10
Художня література	9	33	85	11	80	12
Телеперегляд	55	86	88	96	93	89
Радіопередачі	7	7	66	35	73	44
Курси за інтересами	2	7	6	0	29	6
Хобі	4	7	18	5	47	14
Комп'ютерні ігри	3	15	15	1	69	40
Інтернет	17	85	48	6	89	74
ТРЦ, шопінг	5	38	22	7	78	43
Музика	14	15	73	16	91	87
Церква	11	28	41	38	71	38
Курорт, подорожі	6	53	13	7	64	26
Відпочинок вдома	30	28	51	78	79	84

*Джерело:* Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

**Кластер 3 (14%)** відображає модель пасивного, домашнього, медіатизованого дозвілля, центрованого переважно на телебаченні, читанні, музиці, спокійному спілкуванні. Стиль його представників можна означити як «*Медіатизоване дозвілля*»: вони полюбують як телевізор (88%), так і книги (85%), газети/журнали (90%), фахову літературу (55%), музику (73%), радіо (66%), інтернет (48%). Також їх приваблює гостювання (58%), відпочинок вдома (51%), відвідування церкви (41%), відпочинок на природі (34%), шопінг (22%). У цій підгрупі дещо більше жінок (15%), людей віком 30–69 років (17%), мешканців Києва (30%) і великих міст (15%), невеликих міст (13%), з достатком від середнього і вище (15%) та заможніших (16%), із середньою спеціальною (17%) та вищою (23%) освітою.

Це переважно одружені (16%) або розлучені (14%) люди. Представників цього кластеру більше серед керівників, держслужбовців, спеціалістів з вищою і середньою спеціальною освітою (21%), службовців з числа допоміжного персоналу (22%).

**Кластер 2** (10%) демонструє стиль із ширшим діапазоном активних та медійних занять; його прихильники полюбують гостювання (86%), інтернет (85%), телевізор (86%), курорт/подорожі (53%), шопінг (38%), кафе/бари (32%). Також їх приваблює відпочинок на природі/рибальство (42%), фізкультура і спорт (36%), масаж/фітнес (26%); читання: газети/журнали (37%), белетристика (33%), фахова література (28%); вони ходять на концерти, в театри (27%), у кіно-театри (27%), в музеї/галереї (15%), також відвідують церкву (28%) та відпочивають вдома (28%). Їх майже не цікавлять курси за інтересами, хобі, радіопередачі. Вища зацікавленість спортом, активним відпочинком, релаксаційними практиками вирізняє їх із загалу, отже, цей стиль можна специфікувати як «Здоровий спосіб життя». Однаковою мірою представлені чоловіки і жінки, переважають особи віком 40–49 років – 16% і 18–29 років – 13%, мешканці великих (14%) і невеликих міст (10%), з доходами вище за середні (12%) і заможні (19%), із середньою спеціальною (12%) і вищою (19%) освітою, одружені (12%) та неодружені (10%). Їх більше серед підприємців (32%), держслужбовців, спеціалістів з вищою і середньою спеціальною освітою, працівників правоохоронних органів (18%), учнів, студентів (14%), кваліфікованих робітників (11%).

Кластери 3 і 2 подібні за ширшим порівняно із попередніми підгрупами діапазоном занять, але в першому – частіше читають і майже не ходять до закладів культури (театри, виставки тощо), тоді як представники кластеру 2 частіше присутні в публічному просторі культурно-дозвілєвих закладів, активніші у розвагах і відпочинку; літературу читають, але рідше, ніж в кластері 3.

**Кластер 6** (13%) демонструє ширший діапазон активних, рекреаційних, розважальних занять. Залучені до цієї підгрупи преферують телеперегляд (89%), музику (87%), відпочинок вдома (84%), гостювання (78%), кафе/бари/ дискотеки (74%), інтернет (74%), відпочинок на природі (55%), радіо (44%), відвідування ТРЦ (43%), газети (40%), комп'ютерні ігри (40%), відвідування церкви (38%), ресторану (27%), кінотеатру (26%), стадіону (24%). Белетристику і фахову літературу читають рідко (10–12%), курси за інтересами теж їх цікавлять мало, в театри, музеї практично не ходять. Їхній стиль можна назвати «Активні розваги».



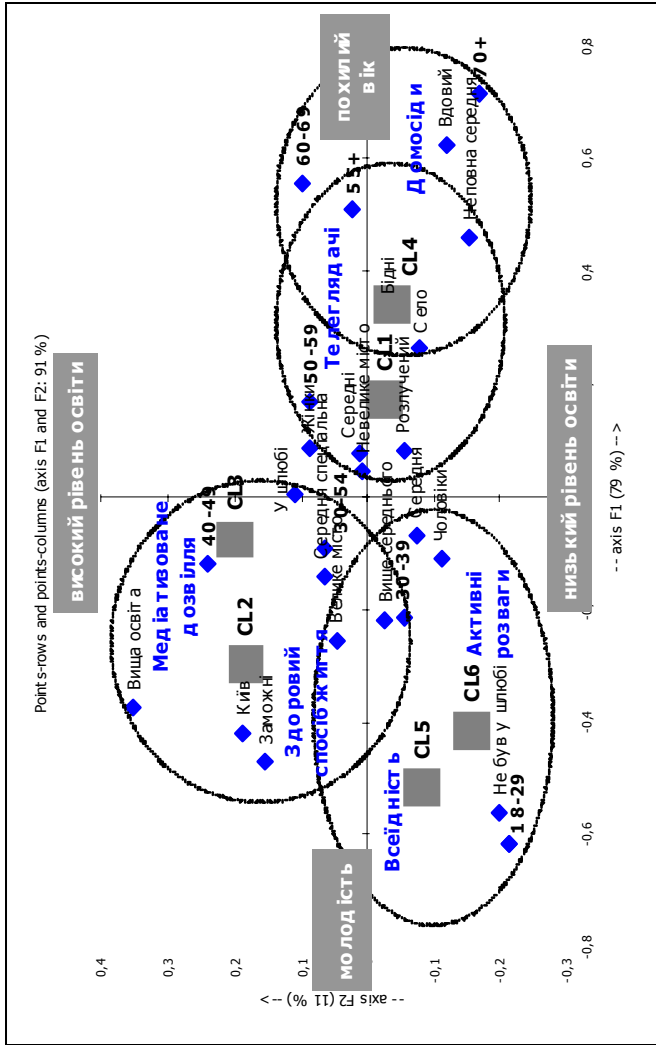


Рис. 3.1.2. Соціальна карта культурно-дозвілєвих практик, 2013 (кластерний аналіз, кореспондентс аналіз\*)  
 \* кореспондентс аналіз,  $\chi^2 = 1451,927$  ( $df=130$ ),  $\chi^2$  критичне значення = 157,614 ( $df=130$ ), значимо на рівні 0,050

Переважають чоловіки (20%), вік – 18–29 років (27%), і 30–39 років (20%). Їх дещо більше серед мешканців Києва (19%) і великих міст (17%), осіб із середніми (13%) і вищими за середні (17%) доходами, заможних (15%), із середньою і середньою спеціальною освітою (16%), неодружених (24%). Вони представлені частіше серед учнів/студентів/курсантів (30%), кваліфікованих робітників/різноробів (21%), держслужбовців/спеціалістів з вищою і середньою спеціальною освітою (17%), службовців із числа допоміжного персоналу (15%), серед працівників приватного сектору (21%).

**Кластер 5 (8%)** – це модель *всеїдності* (*omnivorousness*), підгрупа, в якій найширший діапазон різноманітних занять. Її представники декларують вищу залученість до абсолютно всіх запропонованих варіантів, включно з відвідуванням театрів і концертів (63%), кафе, барів, дискотек (88%), подорожами/курортами (64%), шопінгом (78%), вивченням фахової літератури (73%), відпочинком вдома (79%) тощо. Головно це молоді люди: 18–29 років (20%), 30–49 років (8%); мешканці столиці та великих міст (13%), в селах і невеликих містах таких по 6%; люди з доходами вищими за середні (13%) і заможні (18%); освіта – середня спеціальна (9%) та вища (13%). Серед неодружених таких 21%; серед студентів/учнів – 32%, спеціалістів з вищою і середньою спеціальною освітою – 21%, підприємців – 17%.

Отже, за рівнем залучення (низький, середній, високий), діапазоном (вузький/широкий набір занять) і спрямованістю (приватний/публічний простір; активні/пасивні заняття; одноманітність/всеїдність смаків і прераференцій) можна вирізнити три основні стилі культурно-дозвіллевих практик: низький рівень залучення, вузький діапазон, одноманітні заняття у приватному просторі (кластери 1 і 4); середній рівень залучення, ширший діапазон занять, включає приватні й публічні дозвіллеві взірці (кластери 2, 3 і 6), високий рівень залучення, широкий діапазон, різноманітний набір занять у приватному і публічному просторі (кластер 5). Ці стилі корелюють з соціоструктурними і соціодемографічними координатами віку, типу поселення, матеріальної ситуації, рівня освіти, соціо професійного статусу, гендеру. Разом із тим нечіткість, рухливість соціоструктурних, соціо професійних статусів в українському суспільстві, часті випадки невідповідності між рівнем освіти й доходами, залучають до одного культурного-дозвіллевого стилю осіб із різним рівнем кваліфікації, культурного й економічного капіталу (*табл. 3.1.10, рис. 3.1.1, 3.1.2*).

*Динаміка культурно-дозвіллевих стилів (2007–2013)*. Подібно до наведеного вище аналіз у 2007 році дав змогу виокремити 5 кластерів



за основними культурно-дозвілєвими практиками. Кожен третій серед опитуваних 2007 року (**34%**) витрачав вільний час передусім на відпочинок (59%), перегляд телепередач (39%), інколи – читання газет (20%), спілкування з гостями (20%). Серед молодшої вікової групи таких 22%, середньої – 29%, старшої – 49% (без відмінностей між чоловіками і жінками). Це переважно сімейні особи (33%), також їх більше серед удівців (58%), пенсіонерів (38%). Серед осіб із початковою і неповною середньою освітою представників цього кластеру найбільше (55%), з підвищенням рівня освіта частка зменшується – до 23% серед осіб із вищою освітою. Це переважно мешканці сел (51%), серед жителів столиці та великих міст їх менше (23%). За рівнем доходу також виявляється залежність: серед бідних – 46%, із середнім і трохи вищим за середній доходом – 26%. Отже, ця модель дозвілля характеризує низькостатусну групу – з нижчими доходами, освітою, похилого віку, незадовільним станом здоров'я, відсутністю ресурсів пристосування до сучасних реалій. Близькими за набором занять є характеристики наступного кластеру (**20%**); його представники впродовж року практикують (мірою спадання популярності): перегляд телепередач (87%), приймання гостей і перебування в гостях (82%), читання газет і журналів (75%), відвідування магазинів і ринків (68%), прогулянки на свіжому повітрі (60%), просто відпочинок (46%). Так проводили своє дозвілля 24% серед респондентів старшого віку, 23% – середнього, 11% – молодшого віку. В цьому кластері дещо більше сімейних (24%), бідніших за самооцінку людей (24%). Менше таких серед тих, хто ніколи не був у шлюбі (9%), має вищу освіту (16%), жителів великих міст (18%), із доходами трохи вищими за середні (8%). Описані два кластери подібні до вирізнених 2013 року «домосідів» і «телеглядачів».

Інший кластер (**22%**) є ширшим за набором практик, головню завдяки *читанню*: вища частка тих, хто читає не лише газети, журнали (86%), а й художню літературу (95%), відвідує бібліотеки (13%). Звісно, ці читацькі практики співіснують із телепереглядом (86%), переглядом відео, прослуховуванням музики (25%). Ця модель характерна передусім для представників середньої та старшої вікових груп (26 і 22% відповідно) і меншою мірою для молоді (13%). У цьому кластері дещо більше жінок (26%), осіб із вищою освітою (27%), жителів великих міст (26%), респондентів із середніми доходами (25%). Відповідно, тут менше чоловіків (17%), осіб із початковою й неповною середньою освітою (12%), сільчан (15%) і бідних (18%).

Також вирізняються дві підгрупи з широким діапазоном культурно-дозвіллевих занять; кожна охоплює по 12%. У першій підгрупі (12,2%) практикують різноманітні заняття, серед яких переважають (мірою зменшення популярності) гостювання (94%), перегляд телепередач (86%), прогулянки (91%), відвідування магазинів (91%), відеоперегляд/прослуховування музики (89%), читання газет і журналів (87%), відвідування кафе, барів, дискотек (85%), читання художньої літератури (73%), просто відпочинок (72%), робота на комп'ютері (70%), відвідування кінотеатрів, концертів (59%), заняття фізкультурою і спортом (55%), робота за сумісництвом, додаткова робота (38%), відвідування ресторанів, нічних клубів (35%), риболовля, мисливство (28%), відвідування бібліотек (24%), відвідування фітнес-центрів, барів (22%), заняття художньою самодіяльністю (14%). Серед молоді 28% вказують, що таким чином проводять своє дозвілля, серед опитуваних середнього віку – 11%, старшого віку – 2%. Жінок і чоловіків порівну; більше таких серед тих, хто ніколи не був у шлюбі (27%) або живе в незареєстрованому шлюбі (27%), менше – серед сімейних (9%) і розлучених (5%). Серед жителів Києва – 18%, серед мешканців великих міст – 19%, невеликих міст – 12%, сіл – 5%. Більше їх серед осіб із вищою освітою (21%) порівняно з особами із середньою спеціальною і загальною освітою (10%). У цій підгрупі найвищі оцінки доходів: серед тих, хто має дещо вище за середні доходи, таких 30%, серед бідних – лише 4%.

У другій підгрупі (12,3%) преферують такі дозвіллеві заняття: прогулянки (75%), відвідування кафе/дискотек (57%), гостювання (51%), телепередачі/прослуховування радіо, (46%), відеоперегляд/прослуховування музики (43%), риболовля, мисливство (38%), заняття фізкультурою і спортом (34%), відвідування магазинів (32%), відпочинок (23%), читання книг (14%), робота на комп'ютері (19%), відвідування кінотеатрів, концертів (14%), відвідування фітнес-центрів (10%). Ця підгрупа відрізняється від першої нижчою популярністю практик читання, користування комп'ютером, відвідування кінотеатрів, концертів. Така модель дозвілля характерніша для молоді (26%), серед осіб середнього віку таких 11%, старшого віку – 4%. У цій групі більше чоловіків (18%), ніж жінок (8%). Вищою є частка серед тих, хто ніколи не був у шлюбі (30%), ніж серед сімейних (10%). Серед осіб із початковою, неповною середньою освітою таких 8%, із середньою загальною/спеціальною – 16%, із вищою – 11%. Серед жителів – Києва 17%, у містах – 14%, у селах – 9%. Серед бідних – 7%, із доходами трохи нижчими за середні – 12%, із середнім доходом – 16%, із трохи вище за серед-

ній – 25%. Отже, в цілому активно-розважальна модель дозвілля є характерною для молоді, несімейних, з дещо вищим рівнем доходів, для мешканців міст. Варіативність у межах цього візрця зумовлена рівнем освіти, статтю.

Таким чином, основні тенденції у стилях культурно-дозвіллевих практик відворюються за такими критеріями: рівень активності, діапазон занять, характер занять. Низький рівень активності, обмежений набір занять, пасивний і домашній характер занять, був характерним для 54% у 2007 році (I і II кластери) і 55% (I і IV кластери) – в 2013-му (табл. 3.1.11). Серед представників цього стилю частіше зустрічаються люди старшого віку, бідні та із середніми доходами, мешканці слабоурбанізованої місцевості, з нижчим рівнем освіти.

Інший візрець поширеного стилю культурно-дозвіллевих практик – середній рівень активності, середній діапазон занять. Ключова група – люди середнього віку, хоча почасти залучені й інші вікові групи. Тут ми бачимо порівняно вищий щодо попереднього стилю рівень ресурсів – доходів, освіти, урбанізованості середовища. Це 22% (III кластер) 2007 року і 24% (II і III кластери) 2013 року.

Третя модель – широка варіативність занять, високий рівень залученості – характерна для молодих людей, що проживають в

**Таблиця 3.1.11**  
**Динаміка культурно-дозвіллевих стилів, 2007, 2013, %**

Роки	Низький рівень активності, вузький діапазон занять*				Середній рівень активності, середній діапазон занять*			Вищий рівень активності, широкий діапазон занять*			
	2007	2007	2013	2013	2007	2013	2013	2007	2007	2013	2013
Кластери	I 34%	II 20%	I 29%	IV 26%	III 22%	II 10%	III 14%	IV 12,2%	V 12,3%	V 8%	VI 14%
Вік	Домосіди	Телеглядачі	Домосіди	Телеглядачі	Медіатизоване дозвілля	Здоровий спосіб життя	Медіатизоване дозвілля	Всеїдні	Активні розваги	Всеїдні	Активні розваги
18-29	22	11	19	11	13	13	10	28	27	20	27
30-54	29	23	28	21	22	12	16	11	15	8	15
55+	49	24	36	41	26	4	13	2	3	3	3
*	20%	30%	10%	30%	40%	70%	52%	85%	45%	95%	53%

\*Частка занять зі списку альтернатив, до яких задекларували свою залученість від 20% опитуваних.

урбанізованій місцевості, із кращим ресурсним потенціалом (освіта, доходи, вільний час). Приблизно кожен четвертий з опитуваних 2007 і 2013 років залучений у широке віяло різноманітних практик — активних, розважальних, домашніх і публічних, насичених інформаційно-комунікативними технологіями. Є певні гендерні відмінності, які диференціюють дану модель ізсередини, вирізняючи в ній підгрупи. Наприклад (про що вже йшлося вище), вища залученість чоловіків знижує зацікавленість читанням художньої літератури і навпаки. Якщо дотримуватися термінології, прийнятої у західній соціології, можна сказати що в українському суспільстві на момент спостережень 2007–2013 років спостерігається *репродукція трьох узагальнених культурно-дозвіллевих стилів*: модель «univogous» (54–55%) з низьким рівнем включення, одноманітним набором занять; модель «raucivoges» (22–24%) — середній діапазон занять, середній рівень залученості, модель «omnivogous» (22–25%) — висока активність, широкий діапазон різноманітних занять.

Бачимо також, що основні стилі за змістом занять, умовно названі нами «домосіди», «телеглядачі», «всеїдні», представники «медіатизованого дозвілля» та «активних розваг», відтворюються у часі. Звісно, ці групи можна, своєю чергою, диференціювати, як у випадку вирізнення 2013 року підгрупи, умовно названої «здоровий спосіб життя». Певні варіації у змістовому наборі занять зумовлені, поперше, дещо різним набором пропонованих респондентам альтернатив, по-друге, змінами у популярності занять, наприклад, скороченням практик відеоперегляду, відвідування бібліотек і поширенням інтернет-практик серед різних вікових груп населення за даний період спостережень.

## 3.2. Бар'єри та стимули культурної партиципації в реаліях останніх років

### 3.2.1. Контекст культурної партиципації: стримуючі і стимулюючі чинники

За даними моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України, 2017 року рівень напруженості в суспільстві опитувані оцінюють як значний (6,7 балів за 10-бальною шкалою, де 1 – дуже низький рівень, ситуація спокійна, а 10 балів – украй високий, ситуація критична, вибухонебезпечна). Серед соціальних проблем, які впливають на стан і зростання напруженості, опитувані вирізнили першою чергою бойові дії на Сході країни (68%), далі – зростання безробіття (48%), збідніння населення внаслідок підвищення цін і тарифів (46%), корупцію, хабарництво (45%), безкарність, свавілля чиновників (41%), недовіру до влади, розчарування в її здатності щось змінити (34%). Також громадян хвилюють недовіра, низька якість медичних послуг (27%), поширення злочинності, пияцтва, наркоманії (17%), погіршення відносин з іншими державами (16%), зростання проявів радикального націоналізму (14%), обмеження громадянських прав, свободи слова, друку тощо (13%). Менше 10% набрали такі чинники зростання напруженості, як поширювана в ЗМІ інформація, інформація і коментарі в соціальних мережах, конфлікти між церквами і релігійними громадами, загроза терористичних актів, наплив мігрантів, біженців (детальніше: [Злобіна, 2017; Бевзенко, 2017]). У різних регіонах країни така структура чинників соціальної напруженості здебільшого відтворюється, хоча і з певними особливостями (*табл. 3.2.1*).

Суспільна ситуація, в якій поширені загрози життю (реальні і медіатизовані), задоволенню вітальних потреб – і власних, і співгромадян – здатна відсувати питання культурної партиципації, участі в дозвіллі на другий план [Скокова, 2018а; 1; Стан сингулярності, с. 68]. Разом із тим культурно-дозвіллеві заняття можуть бути способом відпочинку, відволікання від несприятливих обставин. З іншого боку, події 2013–2014 років сприяли громадянському піднесенню, оновленому баченню свого «місця» в державі, актуалізації громадянських, національних, культурних ідентичностей [Ручка, Наумова, 2016]. Демократичний розвиток країни оцінюють як важливий 75% опитуваних 2016 року (68% 2012 року), можливість без страху, вільно висловлювати особисті думки з політичних та інших питань – 77% і 65% відповідно; можливість критики і контролю рішень владних структур – 65% і 53%; національно-культурне відродження – 74%

Таблиця 3.2.1

Що, на Вашу думку, найбільшою мірою впливає на зростання  
напруженості в суспільстві останнім часом? 2017, %

Чинники зростання соціальної напруженості	N=1800	Регіони*				
		Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Бойові дії на сході України	67,9	69,7	68,4	54,4	67,3	78,3
Зростання безробіття	48,1	34,3	48,1	56,5	53,2	57,2
Збідніння населення внаслідок зростання цін, підвищення тарифів	46,4	42,8	51,0	34,2	53,5	33,1
Корупція, хабарництво	44,5	49,5	48,9	41,5	45,0	18,1
Безкарність, свавілля чиновників	41,0	42,6	43,4	32,6	46,8	23,5
Недовіра до влади, розчарування в її здатності щось змінити	34,0	28,5	33,7	34,2	43,8	24,1
Недоступність, низька якість медичного обслуговування	26,5	26,9	25,0	26,9	31,7	18,7
Поширення злочинності, пияцтва, наркоманії	17,0	13,8	23,4	14,5	15,8	4,8
Погіршення відносин з іншими державами	15,8	14,4	10,5	20,7	21,0	21,7
Зростання проявів радикального націоналізму	13,5	9,8	11,7	19,7	17,1	13,3
Обмеження громадянських прав, демократичних свобод (свободи слова, друку)	13,2	9,6	11,7	25,9	11,9	15,7
Інформація, яку розповсюджують ЗМІ	9,3	6,6	10,0	9,8	11,4	7,2
Інформація і коментарі, які супроводжують спілкування в соціальних мережах інтернету	7,1	3,5	7,0	14,5	5,7	10,8
Конфлікти між церквами і релігійними громадами	7,0	7,2	6,4	16,6	4,5	4,2
Загроза терористичних актів	6,2	6,6	7,9	5,2	5,2	1,8
Наплив мігрантів, біженців	5,8	6,9	6,5	5,7	3,5	6,6

\* Регіони: *Захід* – Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області; *Схід* – Запорізька, Дніпропетровська, Харківська; *Донбас* – Луганська, Донецька; *Південь* – Миколаївська, Херсонська, Одеська області; *Центр* – Вінницька, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Полтавська, Сумська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська області, місто Київ.

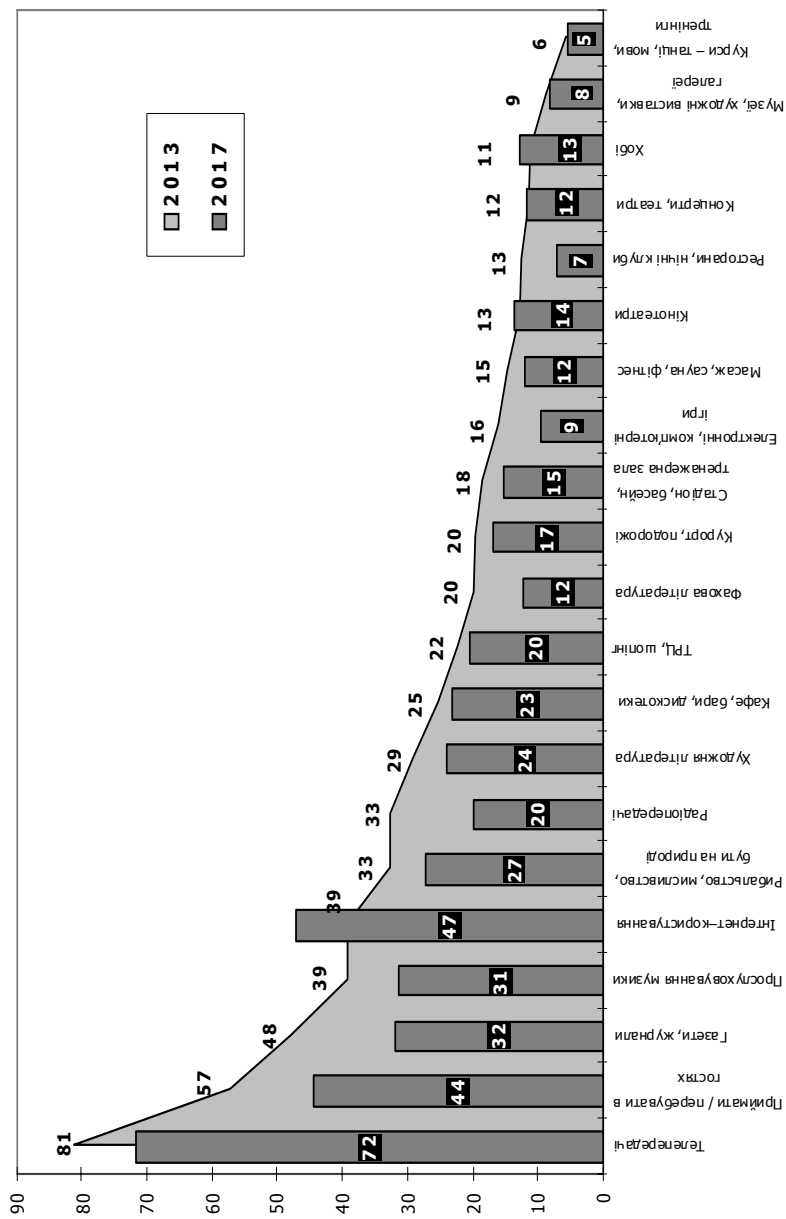


Рисунок 3.2.1. Якими заняттями Ви займалися періодично впродовж останніх 12 місяців? (% , N=1800)

і 65%; участь у діяльності політичних партій і громадських організацій – 40% і 28%. Отже, стан турбулентності, *надзвичайності* [Костенко, 2016] в українському суспільстві продукує як стримуючі обставини для участі в культурі (матеріальна депривація, психологічна фрустрація), так і такі, що відкривають нові можливості та стимули.

*Поточна динаміка культурно-дозвіллевих занять.* Динаміка участі населення в культурі останнім часом показує спадні тренди щодо багатьох видів регулярних занять (*рис. 3.2.1, табл. 3.2.2*).

Зменшується вага традиційних медіа-посередників: обсяг залучення до перегляду телепередач упродовж року зменшився з 81% 2013 року до 72% 2017-го; прослуховування радіо – з 33% до 20%, прослуховування музики – з 39% до 31%, читання фахової літератури – з 20% до 12%, читання художньої літератури – з 29% до 24%, читання газет і журналів – з 48% до 32%. Натомість зростає чисельність тих, хто користується інтернетом (практично кожен другий упродовж року мав такий досвід (39% 2013 року). Інші індикатори дають іще вищу частку залучення дорослих (18+) до інтернету.

Зменшується соціальна активність населення: приймання і перебування в гостях становить 44% порівняно з 57% 2013 року і 56% 2007-го; вдвічі зменшився обсяг тих, хто відвідує ресторани, нічні клуби (з 12% до 6%). Менш коштовні заняття, які характерні для молоді – відвідування кафе, барів, дискотек (25% 2013 року і 23% 2017-го), відвідування торговельно-розважальних центрів (22% і 20% відповідно) – менше втратили в популярності

Зберігають частку своєї річної аудиторії й такі заклади, як кіно-театри (13%), театри, концерти (11–12%), музеї, художні виставки, галереї (8–9%). Такі заняття, як і хобі (прикладна творчість, колекціонування тощо – 11–13%), відвідування курсів (танці, іноземна мова, психологічні тренінги тощо – 5–6%), потребують сформованих смаків, умінь, навичок, за рахунок чого зберігають своїх нечисленних прихильників.

Обсяг рекреаційних занять, важливих для відновлення фізичного і психологічного стану населення, дещо зменшився: рибальство, мисливство, відпочинок на природі – з 33% 2013 року до 27% 2017-го; активні заняття фізкультурою і спортом (стадіон, басейн, тренажерна зала) – з 18% до 15%; поїздка на відпочинок (курорт, подорожі) – з 20% до 17%; турбота про зовнішній вигляд (масаж, сауна, фітнес тощо) – з 15% до 12%.

Жінки дещо частіше дивляться телепередачі порівняно із чоловіками (76% і 67%), гостюють (47% і 41%), читають газети, журнали (47% і 28%), художню літературу (30% і 17%), відвідують церкву



Таблиця 3.2.2

Якими заняттями Ви займалися періодично впродовж останніх 12 місяців? (% , N=1800)

Культурні практики (останні 12 місяців від опитування)	Роки		Оцінка матеріального становища*, 2017			
	2013	2017	Най- бід- ніші	Бідні	Се- редні	За- мож- ніші
Телепередачі	81,3	71,7	71,0	75,1	72,3	63,9
Приймати / перебувати в гостях	57,2	44,4	25,8	37,8	52,3	55,6
Газети, журнали	47,9	31,7	28,0	31,5	32,8	34,0
Прослуховування музики	39,2	31,2	18,3	26,3	37,1	41,1
Інтернет-користування	39,0	47,2	26,9	39,0	56,2	61,4
Рибальство, мисливство, відпочинок на природі	32,8	27,0	11,8	23,4	30,1	33,2
Радіопередачі	32,7	20,0	17,2	19,9	21,7	21,6
Художня література	29,1	23,9	16,1	21,4	26,5	33,6
Кафе, бари, дискотеки	25,2	23,0	7,5	14,5	33,7	34,7
ТРЦ, шопінг	22,4	20,3	5,4	13,6	27,7	33,6
Фахова література	19,8	12,3	7,5	8,4	16,6	20,3
Курорт, подорожі	19,5	16,8	3,2	10,4	22,7	27,0
Стадіон, басейн, тренажерна зала	18,3	15,0	7,5	10,0	18,8	23,7
Електронні, комп'ютерні ігри	15,8	9,3	3,2	7,2	11,1	13,2
Масаж, сауна, фітнес	14,6	11,8	6,5	8,1	13,8	22,4
Кінотеатри	12,9	13,6	4,3	9,2	19,1	22,4
Ресторани, нічні клуби	12,5	6,9	3,2	3,7	8,7	14,9
Концерти, театри	11,5	11,7	7,5	8,5	14,5	17,4
Хобі	11,3	12,8	6,5	9,7	15,7	21,2
Музеї, художні виставки, галереї	8,8	8,1	4,3	5,5	10,1	8,4
Курси – танці, мови, тренінги	5,5	5,2	5,4	3,1	6,2	11,6
Церква (костел, молитовний дім, мечеть тощо)	32,3	23,4	20,4	20,7	26,8	24,5
Просто відпочинок	56,4	57,8	52,7	60,5	58,8	56,4

\*Матеріальний стан – «найбідніші»: часто не маємо грошей та харчів, інколи жебракуємо; не вистачає продуктів харчування, інколи голодуємо; «бідні»: вистачає лише на продукти харчування; «середні»: вистачає загалом на прожиття; «заможні»: вистачає на все необхідне, але нам не до заощаджень, вистачає на все необхідне, робимо заощадження, живемо в повному достатку.

(29% і 16%), займаються шопінгом (23% і 17%), полюбляють масаж, фітнес (16% і 7%), концерти/театри (14% і 9%), музеї, художні виставки (10% і 6%). Чоловіків більше приваблює рибальство/мисливство, гра в електронні ігри. Опитувані старшого віку частіше відповідають, що дивляться телевизор (77%), читають газети, журнали (47%).

Залученість до відвідування церкви, читання книг зівставна серед респондентів середнього і старшого віку, до більшості інших культурно-дозвіллевих практик люди старшого віку залучені набагато рідше. Молоді люди частіше відповідають, що слухають музику (50%), користуються інтернетом (69%), відвідують кафе, бари, дискотеки (48%), ТРЦ (33%), стадіон, басейн, тренажерний зал (31%), ходять в кінотеатри (30%), ресторани, нічні клуби (17%), на курси, тренінги (11%). Значущим чинником диференціації культурних практик є рівень освіти. Опитувані із вищою освітою порівняно із респондентами із незакінченою/загальною середньою освітою частіше залучені до читання фахової літератури (23% і 4%), белетристики (33% і 16%), періодики (35% і 27%), прослуховування музики (38% і 23%), користування інтернетом (63% і 29%), відпочинку на природі (30% і 22%), на курорті (25% і 9%), відвідування концертів, театрів (19% і 7%), виставок, музеїв (18% і 3%), хобі (18% і 7%) тощо.

За самооцінками матеріального стану «середнього» рівня і «заможніші» респонденти частіше зазначають такі заняття (табл. 3.2.2) – приймають гостей/бувають в гостях (52–57%), слухають музику (37–41%), користуються інтернетом (56–61%), бувають на природі (30–33%), подорожують (23–27%), читають художню літературу (27–34%), фахову літературу (17–20%), ходять в кафе, бари (34–35%), в ТРЦ (28–36%), ресторани, нічні клуби (9–15%). Їх частіше можна побачити в кінотеатрах (19–22%), в театрах (15–17%), в фітнес-центрах (14–22%), в тренажерній залі, басейні (19–24%). Дозвілля жителів села більш-менш подібне до дозвілля містян у випадку перегляду телевізора, прослуховування радіопередач, відпочинку на природі, відвідування церкви. Інші альтернативи залучають значно меншу частку сільських жителів.

Результати кластерного аналізу і кореспонденс-аналізу за цими даними показують, що стиль активної, публічної культурної участі є притаманним близько 20% респондентів (Додаток В, табл. 1, рис. 1, 2). Це представники кластеру «ненаситних» (8,4%), які відповідають, що були залучені впродовж року до більшості запропонованих занять (в основному молоді і середнього віку люди, заможніші, столичні жителі, краще освічені). Представники ще однієї групи опитуваних, яку ми назвали «турбота про себе» (10,9%) частіше за решту розважаються (кафе, дискотеки, ТРЦ, кінотеатр, електронні ігри), підтримують спортивну, тілесну форму (стадіон, фітнес-центр, відпочинок на природі, подорожі). Ця група включає молодих, краще освічених, заможніших, урбанізованих осіб, переважно тих, хто не був у шлюбі, дещо частіше – чоловіків.

Стиль помірної культурної партиципації демонструють представники кластеру *«приватність і комфорт»*, який включає 14% опитуваних. Бачимо, що вони в основному зосереджуються на домашньому медіа-споживанні (телевізор, інтернет, музика, радіо, газети, журнали, художня література). Серед занять в публічному просторі вони вказують на відвідування церкви, торговельно-розважальних центрів, кафе, дискотек, барів. Цей стиль притаманний респондентам з вищим рівнем освіти, мешканцям столиці і великих міст, заможнішим, людям середнього і молодшого віку.

Інші три кластери демонструють низький рівень культурної партиципації. Кластер *«телеглядачів»* (20,3) і кластер *«втомлених»* (25%) охоплюють прихильників регулярного телеперегляду, також час від часу цих осіб приваблює гостювання, читання газет, журналів, книг, відвідування церкви, відпочинок на природі, просто відпочинок. Представники ще однієї групи є *«поза медіа»* (21,5%), вони не дивляться телевізор, переважно відпочивають вдома, інколи – на природі. Частіше в цих групах опиняються соціально вразливі категорії – старшого віку, з нижчим рівнем освіти, доходів, жителі села, невеликого міста. Таким чином, можна говорити про репродукцію основних культурно-дозволевих стилів в українському суспільстві (2007–2017 роки).

### 3.2.2. Поточна динаміка культурно-дозвіллевих занять

Аналіз динаміки витрат на товари і послуги культурного, дозвіллевого, рекреаційного призначення показує зниження частки населення у споживанні деяких із запропонованих позицій-можливостей. Удвічі менше порівняно з 2013 роком купували журнали (з 21% до 10%), квитки на концерти поп-музики або спортивні видовища (з 6% до 3%), електронні ігри, фільми, музичні твори (з 7% до 3%), рідше купували книжки (з 16% до 12%). На тому самому рівні залишаються купівля квитків до кінотеатру (12%), музею, виставки (4–5%), театру, філармонії (6%). Товари «розкоші» – модний одяг, парфуми дозволили собі 13%, натомість 2013 року таких було 20%, а 2006-го – 32% респондентів. Спортивне спорядження, інші товари для відпочинку купували три роки тому 9%, тепер 6% опитуваних (рис. 3.2.2, табл. 3.2.3).

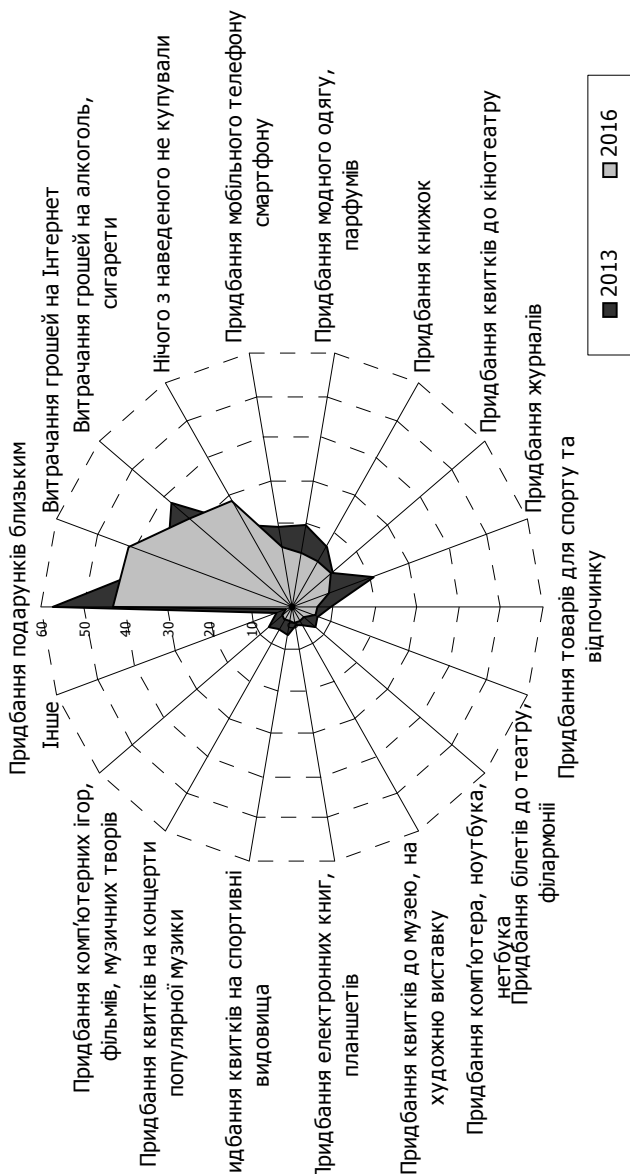
Товари соціального призначення – подарунки до свят близьким, рідним – це основна стаття «неінструментальних» видатків в українських сім'ях: 2006 року обмінювалися презентами 67% респондентів, 2013-го – 57%, 2016-го – 43%. Дещо зменшилися і видатки на алкоголь, тютюнові вироби – з 38% до 32%. Зростають витрати на оплату доступу до інтернету (з 6% 2006 року до 32% 2013-го і 41% 2016-го).

Кластерний аналіз за цим показником дозволяє вирізнити п'ять груп населення, які розрізняються за стилем своїх видатків на товари культурно-дозвіллевого призначення (табл. 3.2.4, 3.2.5). Майже третина респондентів (31% – другий кластер) практично нічого не купує з запропонованого переліку. Назвемо їх **«не-споживачі товарів культури і дозвілля»**. 91% цієї групи так і відповіли, що нічого не купували впродовж року для задоволення культурних потреб. У групі віком 56+ таких 48%, серед осіб із початковою і неповною середньою освітою – 56%, серед найбідніших – 50%. Про депривацію цієї групи в культурно-дозвіллевій сфері повсякденного життя свідчать і відповіді на запитання щодо перешкод активнішому способу проведення дозвілля: серед тих, хто відповів «мене це не цікавить», у цьому кластері опинилося 57%, «нічого не заважає» – 48%. Отже, соціально вразлива група населення, яка немає доступу до товарів культурного споживання, становить майже третину опитуваних.

Четвертий кластер, **«товариські»** (17,8% опитуваних) витрачають гроші на подарунки близьким до свят (85%), на алкоголь і тютюнові вироби (29%), придбання мобільного телефону, смартфона (22%), інколи – модний одяг (13%), книжки (11%). Ця група заможніша, освіта частіше – середня спеціальна (20%), мешканці села, селища (22%), невеликого міста (19%), середнього і старшого віку (18% і 21%). Серед тих, хто відзначав проблеми зі здоров'ям як перешкоду дозвіллю, їх 28%.

Інша третина респондентів (33,4%, перший кластер, **«інтернет і алкоголь»**) витрачала упродовж року гроші на доступ до інтернету

Рисунок 3.2.2  
Динаміка витрат на товари культурно-дозвілєвого призначення (упродовж року), 2013, 2016, %



Таблиця 3.2.3

На що з наведеного витрачала гроші Ваша сім'я  
упродовж останніх 12 місяців? (N=1800,%)

Витрати	2013	2016	2016				
			Стать		Вік		
			Чоло- віки	Жін- ки	18-29	30-54	55+
Придбання комп'ютерних ігор, фільмів, музичних творів	7,5	2,7	3,6	2,0	3,1	3,5	1,4
Придбання книжок	16,4	12,2	9,8	14,0	14,3	13,7	8,5
Придбання журналів	20,8	9,4	6,5	11,8	11,2	9,3	8,3
Витрачання грошей на доступ до інтернету	31,5	41,3	40,8	41,8	59,7	48,2	19,1
Придбання білетів до театру, філармонії	6,4	5,9	4,5	7,1	6,2	6,2	5,4
Придбання квитків до музею, на художню виставку	4,7	3,6	2,9	4,2	4,2	3,9	2,8
Придбання квитків до кінотеатру	12,7	12,2	12,9	11,6	22,1	13,0	4,3
Придбання квитків на концерти популярної музики	6,0	3,1	2,9	3,2	4,7	3,6	1,4
Придбання квитків на спортивні видовища	6,4	3,2	4,8	1,9	6,5	3,2	1,0
Придбання спортивного спорядження, товарів для відпочинку	9,1	6,1	7,4	5,1	6,5	8,1	3,0
Придбання модного одягу, дорогої парфумерії	19,7	12,5	11,3	13,6	20,8	13,9	5,0
Придбання подарунків близьким до свят, днів народження	57,1	42,8	39,8	45,4	50,1	44,8	35,2
Придбання електронних книг, рідерів, планшетів	4,3	3,6	3,8	3,4	3,4	5,1	1,6
Придбання мобільного телефону, смартфон	19,3	14,0	15,6	12,7	20,8	16,5	5,7
Придбання комп'ютера, ноутбука, нетбука	7,5	3,7	4,2	3,2	5,2	4,5	1,4
Витрачання грошей на алкогольні напої, тютюнові вироби	37,6	31,9	40,0	25,2	33,5	37,1	23,3
Інше	3,9	1,2	1,8	0,6	1,0	1,7	0,5
Нічого з наведеного не купували	21,9	28,4	27,6	29,1	15,3	22,4	46,0

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

(85%), на алкоголь і куріння (49%), а також на подарунки (40%). Це частіше молоді люди (42%) і особи середнього віку (39%), чоловіки (36%), жителі міст (33–36%), із середньою спеціальною (33%) і вищою освітою (36%). Їх 44% серед тих, хто вказував на нестачу вільного часу як перешкоду дозвіллю.

П'ятий кластер (7,4% – **модники і читачі**), окрім постійного доступу до інтернету (47%), витрачають кошти на книжки (45%) і журнали (99%), подарунки (62%), алкоголь (41%), модний одяг і парфуми (30%), кінотеатр (16%), театр, філармонію (10%), телефон, смартфон

Таблиця 3.2.4

**Кластерні групи за стилем видатків на товари  
культурно-дозвілленого призначення, 2016, %**

<b>Культурно-дозвіллені витрати</b>	<b>2016</b>	<b>1</b> <b>(33,4%)</b>	<b>2</b> <b>(31,1%)</b>	<b>3</b> <b>(10,2%)</b>	<b>4</b> <b>(17,8%)</b>	<b>5</b> <b>(7,4%)</b>
Придбання комп'ютерних ігор, фільмів, музики	2,7	1	1	15	3	2
Придбання книжок	12,2	5	3	43	11	45
Придбання журналів	9,4	0	0	20	0	99
Витрачання грошей на доступ до інтернету	41,3	85	0	92	0	47
Придбання білетів до театру, філармонії	5,9	2	1	36	3	10
Придбання квитків до музею, на художню виставку	3,6	1	1	20	2	7
Придбання квитків до кінотеатру	12,2	6	1	79	4	16
Придбання квитків на концерти популярної музики	3,1	2	0	18	1	4
Придбання квитків на спортивні видовища	3,2	1	1	15	2	7
Придбання спортивного спорядження, товарів для відпочинку	6,1	5	1	32	4	4
Придбання модного одягу, дорогої парфумерії	12,5	8	0	58	13	30
Придбання подарунків близьким до свят, днів народження	42,8	40	0	95	85	62
Придбання електронних книг, рідерів, планшетів	3,6	3	1	16	1	5
Придбання мобільного телефону, смартфона	14,0	11	0	52	22	13
Придбання комп'ютера, ноутбука, нетбука	3,7	3	1	15	4	1
Витрачання грошей на алкогольні напої, тютюнові вироби	31,9	49	0	72	29	41
Інше	1,2	1	1	2	1	1
<i>Нічого з наведеного не купували</i>	28,4	0	91	0	0	0

(13%). Дещо більше їх серед жінок (9%), киян (16%), осіб із вищою освітою (9%), заможніших (9%).

Представники третього кластера (**10,2% – всеїдні і шопери**) – оплачували впродовж року інтернет (92%), книжки (43%), білети до кінотеатру (79%), театру (36%), музею чи виставки (20%), концерту (18%), на спортивні видовища (15%). Вони купували подарунки (95%), модний одяг (58%), телефони/смартфони (52%), спортивне спорядження (32%), ноутбуки (15%). Не обходилося і без алкоголю, сигарет (72%). Це передусім молодь (18%), мешканці столиці (28%), великого міста

*Таблиця 3.2.5*

**Соціальна диференціація культурно-дозвіллевого споживання,  
2016, %**

Категорії	Кластери				
	1 (33,4%)	2 (31,1%)	3 (10,2%)	4 (17,8%)	5 (7,4%)
18–29 років	41,6	18,7	17,9	14,0	7,8
30–55 років	39,0	25,1	11,0	17,6	7,3
56 і більше	19,8	48,1	4,0	20,7	7,5
Чоловіки	36,4	30,6	10,8	17,1	5,2
Жінки	31,0	31,5	9,7	18,4	9,3
Київ	30,7	17,1	27,9	8,6	15,7
Велике місто	33,1	34,2	10,5	14,6	7,5
Невелике місто	35,7	30,0	8,7	18,7	7,0
Село	31,8	33,3	7,5	21,5	5,9
Неповна, незакінчена середня освіта	24,1	56,3	1,1	17,2	1,1
Середня загальна освіта	30,9	36,9	9,3	17,8	5,1
Середня спеціальна освіта	32,7	32,7	7,8	19,7	7,2
Вища, неповна вища освіта	36,1	24,2	14,5	15,7	9,4
Матеріальний стан*: найбідніші	32,7	49,5	4,0	11,9	2,0
Бідні	32,3	39,7	4,9	17,0	6,2
Середні	35,2	22,7	14,0	19,3	8,8
Заможні	34,6	14,2	22,0	19,7	9,4
Перешкоди дозвіллю: нестача власних коштів	37,1	27,8	9,4	18,9	6,8
Перешкоди: відсутність вільного часу	44,3	17,5	15,1	16,2	6,9
Перешкоди: стан здоров'я	20,1	36,1	6,5	27,8	9,5
Перешкоди: висока ціна на квитки	44,1	14,1	15,5	15,8	10,2
Перешкоди: мене це не цікавить	17,3	57,1	2,0	15,3	8,2
Перешкоди: нічого не заважає	19,5	47,7	11,8	12,8	8,2

\*Дивись примітку до таблиці 3.2.2.

(11%), із вищою і неповною вищою освітою (15%), заможніші (22%). Серед тих, хто вказував на нестачу вільного часу, їх 15%, відзначали високу ціну на квитки 16%. Це група мобільна, динамічна, з активним стилем життя, з широким діапазоном культурних практик і витрат на них.

Отже, менше 20% опитуваних відчувають себе більш-менш вільно у просторі товарів культурного і дозвіллевого споживання, дозволяючи собі купувати сучасні гаджети, книжки і журнали, модний одяг, подарунки, квитки в заклади культури і дозвілля. Решта населення обмежена у своїх витратах – в тому числі через матеріальні, поселенські, вікові чинники. Не менше третини, здається, навіть не уявляють себе в ролі покупців запропонованих у переліку товарів, передовсім, соціально вразливі групи населення.



### 3.2.3. Перешкоди культурній партиципації населення

Показник, який активно використовують у соціологічних дослідженнях культурної партиципації, як у національних, так і в міжнародних порівняльних опитуваннях, стосується бар'єрів, перешкод участі в культурі [Скокова, 2014с, Скокова, 2017с]. Обґрунтування важливості цієї інформації відсилає до проблематики культурних прав, про що, зокрема йдеться у статті 2 Конвенції про охорону і заохочення розмаїття форм культурного самовираження: «Важливими елементами забезпечення культурного розмаїття й заохочення взаєморозуміння є рівний доступ до насиченої гами різноманітних форм культурного самовираження в усьому світі й доступ культур до засобів самовираження та поширення» [Про ратифікацію, 2010].

Дані щодо бар'єрів у доступі до культури населення 27 країн Європейського Союзу показують таку картину: відсутність часу опиняється на першому місці (42%), на другому – дорожняча послуг (29%), на третьому – відсутність зацікавленості (27%). Також серед перешкод 17% опитуваних указали на відсутність відповідної інформації, 16% – на завузький вибір чи невисоку якість культурних пропозицій, 13% – на брак знань у питаннях культури [Скокова, 2015d, с. 238]. За даними Євробарометра, 2013 року основною причиною неучасті в певних культурних заходах для респондентів 27 європейських країн є відсутність інтересу до відвідувань опери, танцювальних перформансів (50%), бібліотеки (43%), театру (36%), музею чи галереї (33%). На другому місці – нестача часу для читання книг (44% опитуваних), екскурсій до пам'ятних місць (37%), відвідування кінотеатру (30%), театру (27%). Третя важлива причина – висока ціна квитків, на що послалися 22% потенційних відвідувачів кінотеатру, 25% – концерту, 20% – театру, 14% – опери. Обмежений вибір заходів, недостатню якість репертуару або тих чи тих культурних заходів назвали 9–12% опитуваних, відсутність інформації – 2–3% [Special Eurobarometer 399, 2013].

Результати моніторингу «Українське суспільство–2017» показують поточну ситуацію в сфері перешкод культурній партиципації (відповіді на запитання «Що вам здебільшого заважає активніше брати участь у культурному житті?»). Для середніх і заможніших, за самооцінкою рівня доходів опитуваних, перешкодами залучення до культурних практик є здебільшого нестача вільного часу (40–42%), що свідчить про активніший стиль життя цієї групи (табл. 3.2.6). Натомість найбідніші та бідні вказують передовсім на нестачу грошей для купівлі квитків на культурні заходи (37%). Серед різних за достатком груп 14–17% обрали залучення до культури через перегляд телевізора як зручний спосіб. Серед мешканців села/невели-

кого міста майже кожен четвертий указує на надто малу кількість культурних заходів. Висока ціна на квитки бентежить, першою чергою, жителів столиці (60%), великих міст (43%), натомість селяни рідше обирають цю альтернативу, що вказує, радше, на відсутність у повсякденному досвіді випадків купівлі квитків на культурні заходи. Ці та попередні дані вказують на важливість соціоструктурних чинників як перешкод у доступі до культури, існування різних форм соціальної і культурної нерівності.

*Таблиця 3.2.6*  
**Соціальна диференціація перешкод активнішої участі в культурі,**  
2017, %

Категорія опитуваних	Не вистачає часу, незручний час	Незручно добиратися (далеко, дороги квитки на транспорт)	Мало культурних заходів у населеному пункті	Висока ціна квитків на культурні заходи	Погане самопочуття, втомиленість	Зручніше дивитися культурні програми по телебаченню	Мені це не цікаво
<i>N=1800</i>	34,6	12,2	17,6	32,8	10,2	15,9	11,6
Київ	43,4	2,9	0,7	60,3	9,6	15,4	2,9
Місто 250 тис.+	37,0	10,0	6,6	43,4	12,1	19,2	7,5
Невелике місто	32,4	10,1	23,5	32,6	11,7	16,3	11,1
Село	33,1	16,9	23,5	21,4	8,1	13,4	16,7
Найбідніші	29,0	19,4	12,9	36,6	14,0	17,2	14,0
Бідні	28,4	12,4	16,6	36,8	12,0	16,6	14,2
Середні	42,4	12,0	17,7	32,8	7,5	14,8	10,1
Заможніші	40,2	13,7	22,4	22,8	9,1	14,1	8,7
18–29 років	36,1	17,4	23,5	32,6	2,4	11,0	10,4
30–55 років	42,7	10,2	18,4	31,2	7,3	12,8	10,1
56 років і більше	22,0	11,8	12,6	35,5	19,4	23,5	15,2

*Джерело:* Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

За даними 2016 року, основними перешкодами повноцінному дозвіллю стали нестача власних коштів – 72%, висока ціна на квитки в заклади дозвілля і культури – 23%, відсутність вільного часу – 21% (рис. 3.2.3). У бідніших за самооцінкою матеріального стану групах 81–88% називають відсутність коштів для дозвіллевих розваг, натомість у заможнішій групі – кожен другий. Висока ціна на квитки є бар'єром передовсім для молоді (27%) і осіб середнього віку (25%), у старшій віковій групі (17%) розваги поза домівкою, в публічному

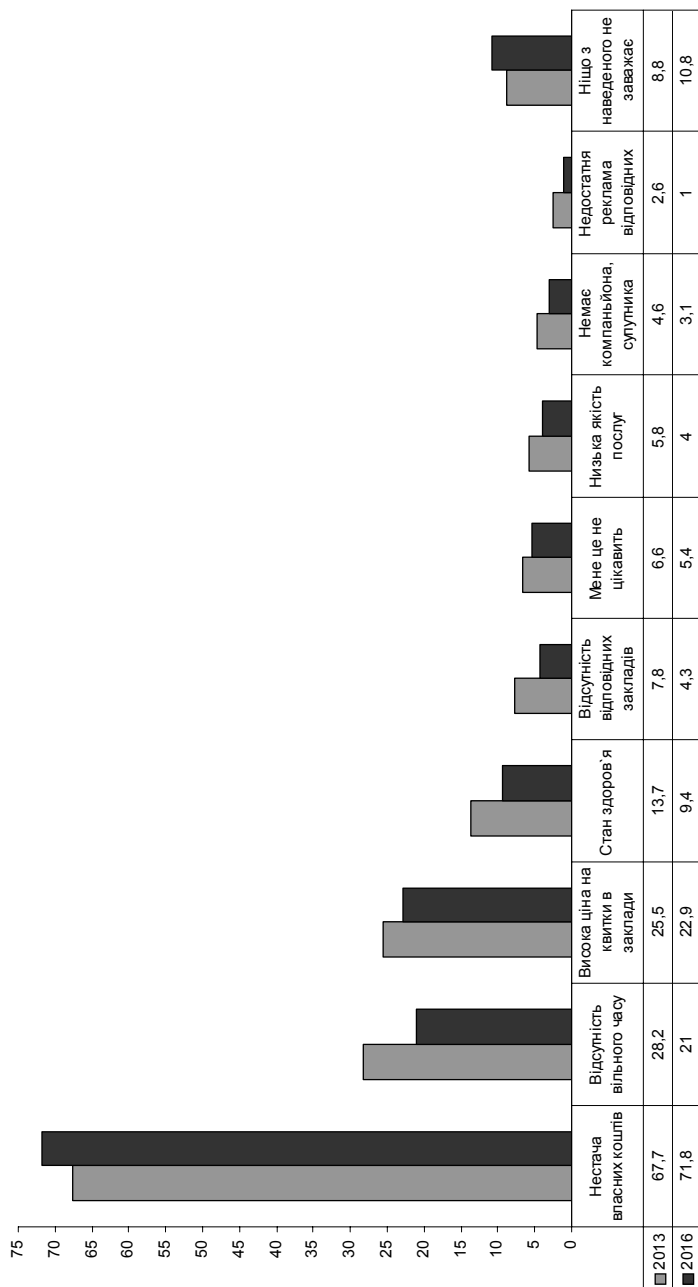


Рисунок 3.2.3. Динаміка оцінок перешкод повноцінного відпочинку і розваг, 2013, 2016, %

просторі, залишилися в минулому. Високу ціну на квитки дещо частіше вказують жінки (25%), аніж чоловіки (20%). Вільного часу бракує в середній і молодшій вікових групах (26%, 22%), у лавах публіки із вищим рівнем освіти (26%), кращим матеріальним станом (27–29%). Відсутність закладів відпочинку і розваг більше важить для селян і жителів невеликих міст (24% порівняно з 7% у великому місті та 1% – у столиці). На стан здоров'я як перешкоду активнішому відпочинку частіше посилаються люди старшого віку (20%), найбідніші (серед яких опиняються предовсім люди старшого віку – 22%). Не вважають за перешкоди названі альтернативи забезпеченні групи населення, саме серед них 14–19% відповідають, що їм нічого не заважає відпочивати так, як хотілося б. Найбільша частка відповідей «мене це не цікавить» у групі громадян із неповною, початковою освітою (16%), серед них також популярною є позиція «ніщо з наведеного не заважає» (14%), що радше говорить про дуже вузький діапазон дозвіллевих занять, відсутність культурних практик у повсякденні.

Динаміка оцінок перешкод повноцінному відпочинку і розвагам (рис. 3.2.3.) показує, що матеріальний чинник залишається основною перешкодою культурній і дозвіллевій партиципації населення України: на нестачу грошей указали 72% опитуваних (68% 2013 року), на коштовність квитків – 23% (26% 2013 року). Інші перешкоди теж зберігають свою позицію – на третьому місці за важливістю опиняється нестача вільного часу (21%), далі стан здоров'я (9%), відсутність відповідних закладів (4,3%), низька якість послуг (4%). Наповненість відповідями за всіма цими позиціями нижча 2016 року, ніж три роки тому, респонденти такою ігнорацією немовби говорять про порівняно меншу важливість нині цієї сфери життя порівняно з основними чинниками напруження в соціумі й особистому житті.

Стан *надзвичайності* в українському соціумі стримуючим чином впливає на залучення до культури і дозвілля більшої частини населення. Кожен третій з опитуваних 2017 року відповідає, що йому не вистачає можливості купувати найнеобхідніші продукти (23% 2013-го), харчуватися за своїм смаком не вистачає кожному другому (52% і 47% відповідно). Близько 68% респондентів указують на бойові дії на Сході країни як головний чинник соціальної напруженості (78% – на Донбасі). У цих умовах дозвіллеві, рекреаційні потреби відсуваються на другий план – в реальності і навіть у уяві. Можливості повноцінно проводити відпустку не вистачає 62% опитуваних, повноцінного дозвілля – 50%, купувати модний та гарний одяг – 35%. Питання модного одягу не актуальні/не цікавлять 40% опитуваних, можливості повноцінного дозвілля – кожного четвер-

того. Лише кожен четвертий із респондентів може дозволити собі модний одяг, цікаве дозвілля, 17% можуть провести відпустку за своїм смаком [Українське суспільство, 2017, с. 544–547].

На запитання 2016 року «Яку участь Ви берете в культурному житті?» майже 39% опитуваних обрали відповідь «не беру участі в культурному житті», тобто ідентифікація себе як учасника культури є незвичною для повсякденного досвіду. Більшість респондентів (46%) визначили своє культурне життя як перегляд телепередач, читання книжок, прослуховування радіо, користування інтернетом. Обрали варіанти щодо відвідування культурних заходів (вистави, кіносеанси, концерти, виставки) 14% респондентів, активної участі в організації та проведенні культурних заходів (фестивалі, вуличні свята, художні ярмарки, різноманітні конкурси) – близько 6%, занять художньою творчістю (музика, література, живопис тощо) – близько 4%.

Менше 20% опитуваних відчують себе більш-менш вільно у сфері культурного споживання, дозволяючи собі купувати сучасні гаджети, книжки і журнали, подарунки, квитки в заклади культури і дозвілля. Решта населення обмежена у своїх витратах – в тому числі через матеріальні, поселенські, вікові чинники, стан здоров'я. Отже, можна говорити про посилення культурної поляризації в поточній ситуації надзвичайності, про відсутність умов повноцінного задоволення базових прав громадян на відпочинок, участь у культурі, підтримку культурної ідентичності.

### 3.3. Практики мережево-цифрової культури

#### 3.3.1. Досвід міжнародних досліджень залучення до інтернету й участі в культурі

У вітчизняній соціології накопичено досвід порівняльного аналізу користування інтернетом на матеріалах п'яти хвиль «Європейського соціального дослідження» (ESS) [Головаха, Горбачик, 2012] – з другої по шосту. На жаль, питання про інтернет-практики (а також споживання радіо, преси) наявні з першої до п'ятої хвилі, в шостій і сьомій хвилях уже були відсутні. На матеріалі другої та п'ятої хвиль (2005 і 2011) Н. Костенко здійснила ґрунтовний аналіз динаміки залучення до інтернету в контексті медіа-споживання загалом, динаміки культурно-інформаційних стилів у країнах Європи і в Україні [Мінливості культури, 2015, с. 195–203]. У рамках Євробарометра–2013 проведено спеціальне дослідження культурної партиципації та доступу до культури у 27 країнах-членах Європейського Союзу (і в Хорватії), в якому, крім іншого, було отримано інформацію щодо використання інтернету з культурними цілями [Special Eurobarometer 399, 2013].

Підґрунтям для розуміння перебігу в нашій країні процесів насичення повсякдення практиками мережево-цифрової культури можуть слугувати праці щодо специфіки глобалізації в Україні [Арсеенко, Малюк, Толстых, 2011], особливостей модернізаційних процесів [Кутуєв, 2015], медіа і глобальної культури [Ручка, 2008b], становлення інформаційно-комунікативного суспільства [Щербина, 2005; Горошко, 2009; Барматова, 2013], онтології електронних медіа, специфіки соціальних медіа [Смислова морфологія, 2012; Лычковская, 2015; Нові медіа, 2017; Наумова, 2017], особливостей аналізу кіберкомунікації [Петренко, 2016], дигітальної нерівності [Бойко, 2017; Скокова, 2008b], персоналізації медіа-простору [Суська, 2016] та інші.

Зі зростанням обсягу інтернет-аудиторій дедалі більша кількість дослідницьких організацій здійснює регулярні їх обстеження в різних країнах, часто з маркетинговими цілями. Отримані дані в разі їх появи у відкритому доступі здатні додавати цікаві характеристики до портрету сучасного користувача інтернетом і специфіки культурної партиципації [The Connected Consumer Survey, 2016]. Існують спеціальні сайти, де сконцентрована статистика щодо залучення населення до інтернету в усіх країнах світу [Internet Live Stats, 2016]. Ці дані використовують і українські дослідники для порівняння інтернет-аудиторій у країні та світі [Красновський, Харченко, 2012].

Центр цифрового майбутнього Анненбергської школи Університету Південної Каліфорнії координує Міжнародний інтернет-проект (*The World Internet Project – WIP*), започаткований у США 1999 року; він має партнерів більше ніж у 30 країнах, у тому числі в Польщі, Росії, Угорщині, Чехії [The World Internet Project, 2016]. У перелік питань, якими відає Центр, включено і ті, що стосуються онлайн-розваг (відео, музика, ігри тощо), пошуку цифрової інформації, пов'язаної з хобі, залучення до соціальних медіа. Регулярні репрезентативні дослідження аудиторії інтернету в США та інших країнах проводить дослідницька організація «*Pew Research Center*». 2015 року у рамках міжнародного проекту проходило репрезентативне опитування дорослих в Україні [Pew Research Center, 2016]. Результати цього та інших доступних нам міжнародних досліджень обговорюватимемо нижче [Скокова, 2017а; f].

**Місце України у глобальному інтернет-просторі.** Присутність інтернету в повсякденному житті сучасної людини стає звичною справою. Здешевлення доступу до всесвітньої мережі, поява нових девайсів для мобільного виходу в інтернет без прив'язки до стаціонарних комп'ютерів залучає до лав користувачів дедалі більшу кількість населення. Ситуації в різних країнах світу, звісно, є різними. Інтернет-дослідники використовують, серед інших, такий загальний показник, як рівень проникнення (*penetration*) інтернету у країні, тобто частка користувачів інтернетом серед населення країни. Порівняльні статистичні дані збирають різні організації, використовуючи свої індикатори. Дослідницька організація [Internet Live Stats, 2016] під *користувачем* розуміє індивіда, який *удом*а має *доступ* до інтернету через будь-який пристрій і під'єднання. Не йдеться про частоту чи зміст використання, не враховують і вік. Дані збирають шляхом щорічних обстежень домогосподарств за уніфікованою методикою відділу статистики телекомунікацій спеціалізованої агенції ООН (International Telecommunication Union – ITU). За даними цієї організації, понад 45% населення світу може використовувати інтернет-під'єднання вдома, натомість 1995 року таких було менше 1%. З 1999 року до 2013-го кількість інтернет-користувачів збільшилася в 10 разів. Перший мільярд було досягнуто 2005 року, другий – 2010-го, третій – 2014-го (рис. 3.3.1).

На 2016 рік 61% (2,1 млрд) усіх користувачів інтернету у світі живуть у топ-10 країн, або майже дві третини (2,5 млрд) усіх користувачів інтернету у світі (3,4 млрд) живуть у топ-20 країн: Китай, Індія, США, Бразилія, Японія, Росія, Нігерія, Німеччина, Велика Британія, Мексика, Франція, Індонезія, В'єтнам, Туреччина, Філіппіни, Південна Корея, Італія, Іран, Іспанія, Пакистан. Україна за



**Рисунок 3.3.1. Доступ населення до ІКТ, 2015**  
[Всемирный банк, 2016, с. 8]

кількістю користувачів (19,7 мільйона) посідає 34-е місце [*Internet Live Stats, 2016*]. Рівень проникнення інтернету в Україні за цими даними становить 44%. Країни-сусідки за цим показником: Перу (41%), Мексика (45%), Філіппіни (44%), Іран (49%), Таїланд (43%), Кенія (45%), Еквадор (43%), Туніс (48%), Болівія (41%), Молдова (48%), Панама (45%).

Дещо вищий рівень проникнення інтернету (50–60%) у таких країнах, як Китай (52%), Грузія (53%), Південна Африка (52%), Туреччина (58%), Болгарія (59%), Білорусь (61%), Італія (66%), Аргентина (69%) тощо. Ще вищий у Росії (71%), Польщі (72%), Ізраїлі (73%), Чилі (78%), Словаччини (83%). Найвищі показники у таких країн, як Норвегія (98%), Нідерланди (94%), Велика Британія (93%), Японія (91%), Арабські Емірати (92%), США (89%), Канада (89%), Нова Зеландія (89%), Німеччина (88%), Південна Корея (86%), Австралія (85%) тощо. Найнижчі показники в таких країнах: Єгипет (33%), Гана (28%), Судан (26%), Ангола (23%), Зімбабве (21%), Уганда (19%), Бангладеш (13%), Малі (12%), Мозамбік (6%) тощо. В Індії найвищий темп приросту в рівні проникнення, зокрема, з 19% 2014 року до 34% 2016-го [*Internet Live Stats, 2016*].



*Зрушення центру ваги у глобальному інтернет-просторі.* Нинішня конфігурація кількості й обсягу користувачів у країнах і регіонах свідчить про важливі зрушення. Інтернет-технології почали поширюватися зі США і розвинених європейських країн і певний час кількість користувачів і основні практики використання інтернету збільшувалися за рахунок цих регіонів. З 2008 року частка онлайн-користувачів Китаю перевершила частку США і приріст триває. Азіатські, латиноамериканські, інші країни теж починають рухатися в цьому напрямку. З 2002 року до 2012-го частка інтернет-користувачів у європейських країнах і Північній Америці в загальному балансі регіонів зменшилася у два рази – з 66% до 33%. Загалом у регіонах на 2016 рік співвідношення інтернет-користувачів розподіляється так: кожен другий юзер – житель Азії, кожен п'ятий – Північної та Південної Америки, майже кожен п'ятий – Європи, кожен десятий – Африки [Internet World Stats, 2016]. Потенціал підключення нових користувачів у розвинених країнах майже вичерпано, натомість в інших регіонах залучення лише починається або йде пришвидшеними темпами. Зокрема, 48% мешканців Китаю (загальна кількість населення 1,38 млрд), 65% – Індії (кількість населення 1,33 млрд) є величезним резервом для появи нових користувачів. Передбачають, що переважну більшість нових онлайн-користувачів наступного десятиліття становитимуть жителі незахідних країн.

Така трансформація глобального інтернет-простору і місця в ньому різних країн потребує переосмислення. Зокрема, висунуто концепт *Нового інтернет-світу*, що передбачає витиснення англосмовного західноцентрованого *Старого інтернет-світу* і перехід до *Нового*, в якому концентруються нові користувачі, компанії та онлайн-практики. Вирішальну роль у цій переконфігурації починають відігравати Китай, Індія, інші країни глобального Півдня. Дослідники, які висунули концепт *Нового інтернет-світу*, для емпіричного обґрунтування здійснили 2012 року опитування за допомогою онлайн-панелі інтернет-користувачів більше ніж у 60 країнах [Bolsover et al., 2014]. Було розроблено аналітичну модель, яка передбачала поділ країн на групи за критерієм специфіки історичного розвитку в них інтернету [Bolsover et al., 2014 p. 119]. Першу групу назвали «*Ранні лідери*» – це розвинені країни Заходу і Східної Азії, які відіграли важливу роль у розвитку інтернету. У вибірці до цієї категорії було зараховано в Європі – Німеччину, Норвегію, Фінляндію, Данію, Нідерланди, Велику Британію; у Східній Азії – Японію, Гонконг, Тайвань, Південну Корею, Сінгапур; у Північній Америці й Океанії – Канаду, США, Австралію, Нову Зеландію. Група «*Повільні лідери*» позначає країни, які були присутні у *Старому*

*інтернет-світі*, але через меншу частку користувачів не відігравали значної ролі в його формуванні. Ця група включає в себе країни Південної та Західної Європи, а також незахідні країни, такі як Ізраїль, Чилі та Малайзія. За даними згаданого дослідження, в цій групі опинилися респонденти з Європи (Польща, Ірландія, Італія, Франція, Португалія, Іспанія); з Близького Сходу (Ізраїль, Бахрейн, Арабські Емірати); з Південної Америки (Чилі); з Азії (Малайзія). «*Країни прискороного розитку*» – невелика група країн на Близькому Сході, в яких рівень інтернет-проникнення збільшився з приблизно 5% 2000 року до 76% 2011-го, значний приріст відбувся впродовж останніх п'яти років. Вони увійшли одразу в *Новий інтернет-світ* і онлайн-практики стають там невід'ємною частиною повсякденного життя порівняно з іншими країнами, які теж нещодавно підключилися до глобальної мережі, але мають нижчі темпи проникнення. У вибірці дослідження це країни Близького Сходу: Кувейт, Оман, Катар. Так звані *Країни, що розвиваються* («Emergence Nation») – країни, в яких населення швидко долає перехід від *Старого інтернет-світу* до *Нового*: Бразилія, Мексика, Єгипет, Китай – з великою часткою користувачів-новачків, яких стає дедалі більше. Ситуація у країнах цієї категорії особливо важлива для розуміння можливих наслідків переконфігурації глобальної мережевої культури, її цінностей і практик. У вибірці описуваного дослідження це країни Південної та Центральної Америки – Аргентина, Бразилія, Колумбія, Коста-Ріка, Мексика, Панама, Перу, Уругвай, Венесуела; країни Близького Сходу і Північної Африки – Єгипет, Йорданія, Туніс, Марокко, Саудівська Аравія; з країн Азії – Китай. «*Країни наступного етапу підключення*»: у вибірці з країн Африки – Кенія, Нігерія, Гана, ПАР, Ємен, Алжир; із країн Південної та Південно-Східної Азії – Іран, Індія, Афганістан, Пакистан, Бангладеш, Ірак, Таїланд, Шрі-Ланка; з країн Південної та Центральної Америки – Болівія, Парагвай, Беліз, Гватемала, Нікарагуа.

Використовуючи цю модель, ми побудували таблицю (*табл. 3.3.1*), яка враховує останні зміни у прирості користувачів і рівні проникнення інтернету. Обрали для прикладу декілька країн кожної групи з указаних п'яти типів і визначили чотири точки заміру: 2002, 2007, 2012, 2016 роки (за даними сайту «*Internet Live Stats*»). Це допоможе, на нашу думку, краще зрозуміти місце України у становленні глобального мережевого суспільства і мережево-цифрової культури. Ситуація змінюється динамічно і нові дані не завжди збігаються з прогнозами наведеного вище дослідження 2012 року. Так, у Єгипті приріст користувачів сповільнився і його, на нашу думку, можна віднести не до типу № 4 («Emergence Nation»), а до типу № 5 («Країни наступного етапу розвитку»). У цій групі перебуває й Індія, але вона

*Таблиця 3.3.1*

**Типи країн за специфікою етапів підключення до інтернету  
(рівень проникнення), %**

Тип розвитку інтернету	Країни*	2002	2007	2012	2016
Тип № 1 «Ранні лідери»	Нідерланди	61,3	85,8	92,9	93,7
	Велика Британія	56,5	61,5	87,5	92,6
	Японія	46,6	74,3	79,5	91,1
	Південна Корея	59,4	78,8	84,1	85,7
	Канада	61,6	73,2	83,0	88,5
	США	58,8	75,0	79,3	88,5
Тип № 2 «Повільні лідери»	Франція	30,2	66,1	81,4	86,4
	Італія	28,0	40,8	55,8	65,6
	Польща	21,2	48,6	62,3	72,4
	Ізраїль	17,8	48,1	70,8	72,5
	Арабські Емірати	28,3	61,0	85,0	91,9
	Чилі	22,1	35,9	61,4	77,8
Тип № 3 «Країни прискореного розвитку»	Кувейт	10,2	34,8	70,5	79,9
	Оман	6,9	16,7	60,0	71,1
	Росія	4,1	24,7	63,8	71,3
Тип № 4 «Країни, що розвиваються» ( <i>emergence nation</i> )	Мексика	11,9	20,8	39,8	45,1
	Бразилія	9,1	30,9	48,6	66,4
	Китай	4,6	16	42,3	52,2
	Саудівська Аравія	6,4	30,0	54,0	64,7
	Туніс	5,3	17,1	41,4	48,1
Тип № 5 «Країни наступного етапу розвитку»	Нігерія	0,3	6,8	32,8	46,1
	Індія	1,5	4,0	12,6	34,8
	Іран	4,6	9,5	22,7	48,9
	<b>Україна</b>	<b>1,9</b>	<b>6,6</b>	<b>35,3</b>	<b>44,1</b>
	Єгипет	2,7	16,0	26,4	33,0
	Алжир	1,6	9,5	15,2	19,7

\*Перелік країн у кожній номінації не є вичерпним, обрані країни слугують як приклад типу підключення до інтернету.

Джерело: власне опрацювання на основі статистики <http://www.internet-livestats.com/internet-users-by-country/> Звернення 09.09.2016.

має темп приросту користувачів найвищий у світі, що, можливо, дасть змогу цій країні перейти невдовзі у групу № 4. Росія, за показниками приросту користувачів, на наш погляд, вписується в модель № 3 («Країни прискореного розвитку») – з 2011 року по 2016-й рівень проникнення інтернету тут збільшився з 49% до 71% – на 22%. В Україні за останні п'ять років приріст становив 15%, і показники рівня проникнення інтернету (44%) наближають її до типу №5, хоча ця думка може бути спірною. Так, В. Паніотто вважає, що дані досліджень «*Internet Live Stats*» є заниженими, а уточнений

ним рівень інтернет-проникнення в Україні на 2016 рік становить 50% [Пресс-релиз, 2016].

Дані інших дослідницьких компаній щодо інтернет-аудиторій, спираються на соціологічні репрезентативні опитування і можуть відрізнятись, зокрема і тому, що було застосовано інші методики й інші генеральні сукупності. За результатами міжнародного дослідження американської компанії «Pew Research Center» (весна 2015 року), на запитання «Чи використовуєте Ви інтернет хоча б час від часу?» в Україні дали позитивну відповідь 60% дорослих опитуваних (вік 18+, N=2079) [Pew Research Center, 2016]. За даними моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України, 2015 року користувалися інтернетом 64% опитуваних дорослих (18+, N=1800). У цьому опитуванні враховано будь-який вихід в інтернет, не лише вдома (як у даних Internet Live Stats за методикою ITU), а і на роботі чи в інтернет-кафе. За даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), у травні 2017 року 63% дорослого населення України користувалися інтернетом [Динаміка користування, 2017].

Таблиця 3.3.2

**Групи країн за економічною категоризацією Світового банку і показники користування інтернетом, %**

Тип економічного розвитку	Країни	Економічна категоризація Світового банку*		«Pew Research Center», дані 2015 року*	Світовий банк, 2016**	«Internet Live Stats», 2016***
		Група за доходом	GDP Per Capita (PPP)	Користування інтернетом, хоча б час від часу, вік 18+	Інтернет-користувачі (на 100 осіб)	Інтернет-проникнення
<i>Advanced economies</i>	США	Високий	55,904	87	87,4	88,5
	Німеччина	Високий	47,033	84	86,2	88,0
	Канада	Високий	45,489	90	87,1	88,5
	Велика Британія	Високий	40,958	86	91,6	92,6
	Японія	Високий	38,211	68	90,6	91,1
	Південна Корея	Високий	35,528	89	84,3	85,7
	Італія	Високий	35,665	70	62	65,6
	Іспанія	Високий	35,270	84	76,2	82,2
	Ізраїль	Високий	33,658	84	71,5	72,5

Таблиця 3.3.2

Тип економічного розвитку	Країни	Економічна категоризація Світового банку*		«Pew Research Center», дані 2015 року*	Світовий банк, 2016**	«Internet Live Stats», 2016***
		Група за доходом	GDP Per Capita (PPP)	Користування інтернетом, хоча б час від часу, вік 18+	Інтернет-користувачі (на 100 осіб)	Інтернет-проникнення
<i>Emerging economies</i>	Польща	Високий	26,403	68	66,6	72,4
	Росія	Високий	23,744	71	70,5	71,3
	Чилі	Високий	23,564	76	72,3	77,8
	Аргентина	Високий	22,375	68	64,7	69,2
	Туреччина	Вищий середній	20,277	68	51,0	58,0
	Бразилія	Вищий середній	15,690	58	57,6	66,4
	Китай	Вищий середній	14,190	59	49,3	52,2
	ПАР	Вищий середній	13,197	35	49,0	52,0
	Індонезія	Нижній середній	11,112	28	17,1	20,4
	<b>Україна</b>	<b>Нижній середній</b>	<b>7,990</b>	<b>60</b>	<b>43,4</b>	<b>44,1</b>
	Філіппіни	Нижній середній	7,318	36	39,7	43,5
	Індія	Нижній середній	6,209	17	18	34,8
	Нігерія	Нижній середній	6,185	36	42,7	46,1
	В'єтнам	Нижній середній	6,020	45	48,3	52,0
<i>Developing economies</i>	Гана	Нижній середній	4,216	22	18,9	28,4
	Кенія	Нижній середній	3,246	36	43,4	45,0
	Танзанія	Нижній	2,901	20	4,9	5,3
	Сенегал	Нижній середній	2,425	27	17,7	23,4
	Уганда	Нижній	1,999	11	17,7	19,0
	Буркіна-Фасо	Нижній	1,774	14	9,4	10,2
	Ефіопія	Нижній	1,739	7	2,9	4,2

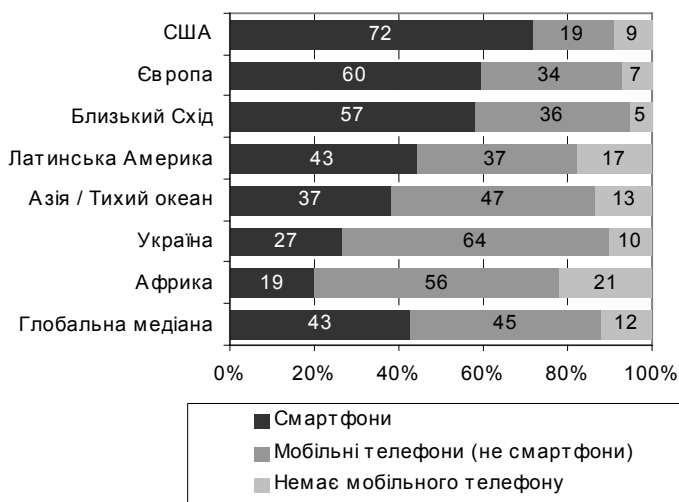
Джерела: \*Pew Research Center, 2016; \*\*Світовий банк, 2016; \*\*\*Internet Live Stats, 2016.

У дослідженні «Pew Research Center» країни поділено за критерієм рівня економічного розвитку. Загалом в опитуванні 2015 року було охоплено 40 країн. У табл. 3.3.2 вирізено три групи країн за рівнем економічного розвитку і показниками користування інтернетом (обрано для прикладу по кілька країн кожної групи). У двох останніх стовбчиках для порівняння наведено частки інтернет-користувачів серед усього населення за даними, розміщеними на сайті Світового банку й організації «Internet Live Stats».

В одних країнах частка *e*-користувачів серед опитуваного дорослого населення дуже близька до показника рівня проникнення інтернету у країні (який практично є індикатором наявності інфраструктури ІКТ, тобто потенційної можливості скористатися доступом до інтернету вдома для всіх вікових категорій). В інших країнах частка реальних інтернет-практик серед дорослих є нижчою за цей показник, тобто мати доступ не завжди означає користатися. Така ситуація, наприклад, у Японії, де лише 68% дорослих респондентів (18+) є користувачами, натомість рівень проникнення становить 90% (табл. 3.3.2). В Україні ситуація інша: рівень проникнення становить 44%, разом з тим серед *дорослих опитуваних* щонайменше 60% відповідають, що користуються інтернетом хоча б час від часу будь-де (в кафе, в гостях і т. д.).

### 3.3.2. Озвичаяння і поширення мережево-цифрової partiципaції

*Перехід до мобільного інтернету у глобальному світі.* Другим принциповим зрушенням останнього десятиліття після регіональної переконфігурації глобального мережевого суспільства став перехід до ширшого використання мобільних портативних приладів із під'єднанням до інтернету – смартфонів, планшетів тощо. «Ера смартфона» прийшла на зміну «ері настільного комп'ютера і ноутбука», як метафорично підсумовують медіа-дослідники; використовують також термін «mobile-net». Мобільний телефон із засобу передовсім міжособистісної комунікації перетворюється на багатофункціональний прилад, який дозволяє в будь-якому місці користуватися популярними програмами та інтернет-сервісами, соціальними мережами. Стає можливим поза домівкою, в будь-якому місці бачити друзів і знайомих, які перебувають в онлайн-режимі, реагувати на їх повідомлення, розповсюджувати свою інформацію, фото, відео тощо. М. Кастельс зазначав, що сучасне суспільство дедалі частіше будується навколо цифрової мережевої комунікації, і цей світ мереж створює феномен *масової самостійної комунікації* (mass self-commu-



**Рисунок 3.3.2.** Показники за регіонами і країнами щодо володіння смартфонами і мобільними телефонами, серед дорослого населення, %  
Джерело: Pew Research Center, 2016.

nication), у якому кожен не тільки отримує, але й надсилає повідомлення потенційно широкій аудиторії, використовуючи блоги, коментарі на сайтах газет і журналів, пости в соціальних медіа тощо. Самостійність виявляється у створенні повідомлення, визначенні його потенційних реципієнтів, а також вибору цифрового контенту в мережі [Кастельс, 2016]. Юзер-генерований контент є важливим елементом цифрової партиципативної культури [Jenkins, 2006a; Jenkins, Ford, Green, 2013]. Отже, сьогодні співіснують і взаємодоповнюють одна одну масова комунікація, міжособистісна комунікація і масова самостійна комунікація; завдяки мобільним девайсам стало набагато легше бути задіяним у ці інформаційні потоки.

В Україні частка власників смартфонів, які використовують для виходу в інтернет, зростає, але є нижчою порівняно за іншими країнами, особливо розвиненими. За даними компанії «Gemius» (дослідження за липень 2016 року) в інтернет хоча б раз на місяць з комп'ютера або ноутбука заходять 18,3 мільйона осіб, із смартфона – 6,1 мільйона, з планшета – 1,8 мільйона [Онлайн-аудиторія, 2016]. Кількість власників мобільних телефонів серед дорослого населення (18+) в Україні, за даними опитування «Pew Research Center», дорівнювала 90%, серед них 30% мали смартфон, тобто серед опитуваних українців ця частка становить 27% (рис. 3.3.2). В інших країнах цей показник є таким: Південна Корея – 88%, Австралія – 77%, Ізраїль – 74%, США – 72%, Велика Британія – 68%, Туреччина – 59%, Китай – 58%, Франція – 49%, Росія – 45%, Польща – 41%, Мексика – 35%, Нігерія – 28%, Кенія – 26%; Перу – 25%; Гана – 21%; Індія – 17%, Пакистан – 11%, Уганда – 4% [Pew Research Center, 2016].

Мати смартфон ще не означає постійно використовувати його для виходу в інтернет. В Україні для багатьох ця послуга є досить коштовною. За даними моніторингу Інституту соціології НАН України 2016 року, серед опитуваних дорослих (18+) використовують смартфон або планшет для виходу в інтернет 20%. На травень 2017-го в дослідженні КМІС уже 39,3% опитуваних відповідають, що впродовж останнього місяця користувалися інтернетом за допомоги смартфона [Динаміка користування, 2017].

Вважають, що для країн *Нового інтернет-світу*, більшість населення яких лише зараз приєднується до лав користувачів, отримання інтернет-досвіду здебільшого через смартфони є однією з відмінностей [Smartphones are the most, 2016]. Нові можливості здатні значно полегшити життя людям у країнах, що розвиваються. Наприклад, 40% дорослих мешканців Східної Африки нині оплачують комунікаційні послуги за допомогою мобільних телефонів [Всемирный банк, 2016]. Змінюють свої звички і представники розвинених країн. У Японії, наприклад, 2016 року 44% населення використовували



Таблиця 3.3.3

**Використання приладів (девайсів)  
серед опитуваних в Україні, 2016, %**

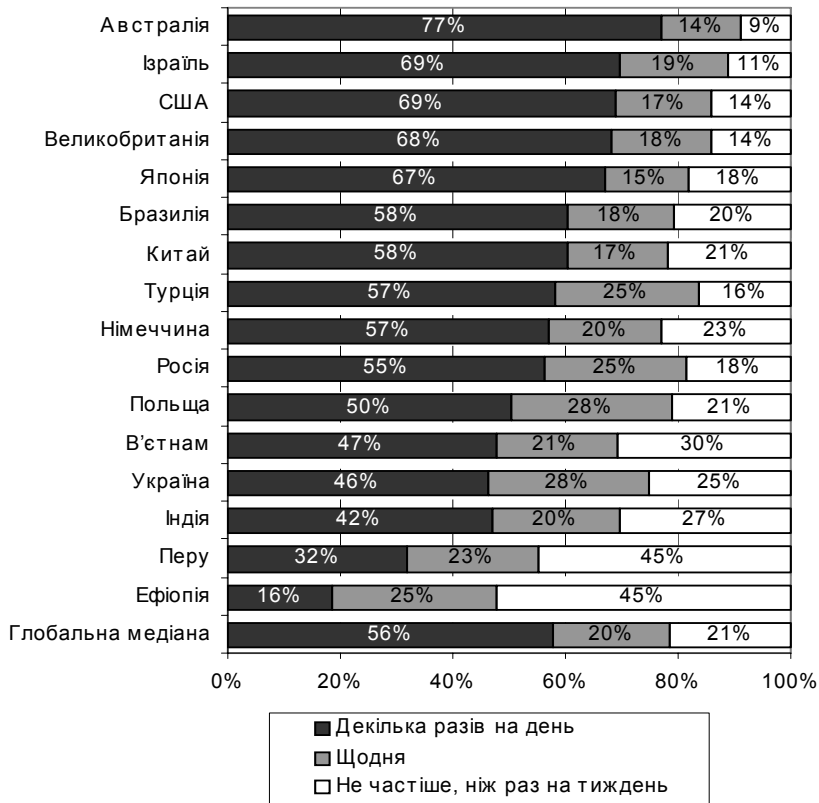
Девайси	N=1000	Вік					Стать		Рівень доходу			Кількість девайсів	
		До 25	25–34	35–44	45–54	55+	Чоловіки	Жінки	Низький	Середній	Високий	1	3
Мобільний телефон (звичайний або смартфон)	96	100	100	99	99	90	96	96	91	98	100	98	100
Смартфон	35	77	67	42	23	6	33	38	19	35	59	17	99
Комп'ютер (стаціонарний, ноутбук, нетбук)	53	84	80	70	50	21	54	53	26	57	89	79	100
Планшет	11	20	18	18	9	2	12	10	4	9	22	4	98
Телевізор	94	86	91	94	96	99	95	94	98	93	88	93	87
Телевізор з онлайн-доступом	8	9	12	9	8	5	8	8	6	7	16	7	24

*Джерело:* The Connected Consumer Survey, 2016.

смартфони, преферуючи поза домом саме через них спілкуватися по e-mail, користуватися картами і навігаторами, переглядати відео, заходити в соціальні мережі [Internet Users in Japan, 2016].

**Оснащення повсякдення дигітальними пристроями.** В Україні частка власників комп'ютерів із 2002 року до 2014-го зростає, за даними Інституту соціології НАН України, від 5% до 57% [Українське суспільство, 2014, с. 107]. Цей пристрій посідає друге місце в переліку культурно-дозвіллевого оснащення домівок після телевізора (92%). Результати «The Connected Consumer Survey» демонструють оснащення повсякдення цифровими девайсами (табл. 3.3.3).

Люди молодшого віку, з вищим рівнем доходів частіше мають смартфони, планшети, доступ до інтернет-телебачення. Звісно, наявність серед опитуваних інформаційно-цифрових девайсів є різною у країнах світу. Так, користування інтернет-телебаченням є доступним для 43% мешканців Південної Кореї, 36% – США, 33% – Австрії, Хорватії, Німеччини, 28% – Угорщини, Греції, 25% – Болгарії, 17% – Китаю, 16% – Туреччини, 5% – Індії [The Connected Consumer Survey, 2016].



**Рисунок 3.3.3. Регулярність користування інтернетом  
(серед користувачів ПК або смартфона  
з виходом в інтернет, вік 18+), 2015, %**

*Джерело: Pew Research Center, 2016, с.14, 42–43.*

Мобільні медіа часто пов'язані зі стаціонарними цифровими пристроями. Ці девайси – смартфони, планшети тощо – стають симбіотичними з персональними комп'ютерами чи ноутбуками споживача через бібліотеки цифрового контенту, архіви фото-, аудіо-, відеофайлів, які завантажують, розповсюджують у соціальних мережах. Так створюється персональне мережево-цифрове/інформаційне середовище дедалі більшої кількості сучасних людей, у якому перебігає їхнє повсякденне життя.

**Регулярність перебування в інтернет-просторі.** Значна частка людей у всьому світі використовує інтернет щоденно. Більшість інтернет-користувачів у 34 із 40 країн у міжнародному обстеженні

2015 року говорять, що вони використовують інтернет не рідше одного разу на день [Pew Research Center, 2016]. Частіше відповідають, що мають доступ до інтернету «кілька разів на день» – користувачі країн із розвинутою економікою. Кожен сьомий із користувачів інтернету в Австралії (77%), Канаді (70%), Італії (70%) говорять, що вони використовують інтернет кілька разів на день. Подібним є відсоток інтернет-користувачів в Ізраїлі, США, Великій Британії, Чилі, Японії. В Україні, за даними цього обстеження, майже кожен другий юзер користується інтернетом кілька разів на день, ще 28% – щодня, нечасто користуються доступом до мережі 28% (рис. 3.3.3.).

Бачимо, що за цими даними в Україні часто (щодня або кілька разів на день) заходять в інтернет 74% користувачів, що практично збігається з середнім показником 40 країн (76%). За даними моніторингу «Українське суспільство – 2016», частка тих, хто кілька разів на день заходить в інтернет, серед користувачів становить 66%, тобто серед усього населення – 49%. Серед користувачів з неповною і повною вищою освітою активних юзерів 74%, а з неповною і загальною середньою освітою – 62%. Не спостерігаємо значних відмінностей у щоденному інтенсивному користуванні на селі (63%) і в місті (65%), дещо лідирує лише столиця (70%). Вік у цьому разі є основним фактором – 82% молодих юзерів до 30 років кілька разів на день заходять в інтернет. Практично для всіх молодих людей як «цифрових аборигенів» інтернет і залучення до цифрової культурної партиципації стає невід’ємною складовою повсякдення.

### 3.3.3. Партиципація в мережево-цифровій культурі: вектори аналізу

Дослідження проблематики культури інтернету, змісту онлайн-практик починаються вже на перших етапах його поширення. Відповідно до специфічних конфігурацій тогочасних інтернет-аудиторій (переважали представники професій, дотичних до ІКТ, а також користувачі з вищим рівнем освіти, матеріальної забезпеченості, урбанізованих місцевостей, молодшого віку) йшлося про субкультури хакерів, культури онлайн-спільнот за інтересами, блогосферу тощо. Нинішня ситуація залучення до мережі практично кожного другого мешканця планети – повсякдення з порадами «подивися в Google», всюдисущими соціальними медіа [The Ubiquitous Internet, 2015], платформами онлайн-контенту – впливає і на термінологію. Частіше йдеться про мережеву культуру (Т. Терранова), кіберкультуру (Д. Белл, Д. Келлнер), дигітальну культуру (Дж. Караганіс та ін.), партиципативну культуру (Г. Дженкінс) – (див.: [Скокова, 2018k]). Більше за те, виявилось, що кожен наш «рух» у мережево-цифровому середовищі – розмова по мобільному телефону, завантаження фото, відео, пошук будь-яких товарів одразу ж обертається для «винуватця» зворотним зв'язком – видимим (послужливим наданням контекстної реклами) і невидимим – зчитуванням інформації як слідів активності мільярдів користувачів і накопичення гігантських баз даних – *Big Data*. Критично (і песимістично) налаштовані дослідники говорять про новий масштабний паноптикон, оновлення технологій маніпуляції громадською думкою, поширення «інтернету речей», у якому люди – лише один з елементів [Ritzer, 2015]. Дослідники-«оптимісти» радіють – ми ніколи не мали такого масштабного вікна в повсякдення, такої кількості інформації, генерованої без втручання науковців, нових кількісних/якісних/комбінованих онлайн-методів для розв'язання різноманітних завдань. Мережево-цифрова культура (видається доречним запропонувати саме цей термін) – емерджентна, контингентна, комплексна, інноваційна, супердинамічна – не може не приваблювати уваги аналітиків різних дисциплін, генеруючи дослідницькі центри в усіх регіонах світу, колаборативні міжнародні та міждисциплінарні проекти з її вивчення.

Виходячи з перспективи соціології культури, соціології медіа, можна рухатися в річищі традиційних підходів «виробництва/споживання», досліджуючи культурні практики виробництва об'єктів культури різними акторами – авторами, митцями, інституціями –

і розміщення їх в інтернет-просторі (нові медіа, конвергентні медіа, електронна література, цифрове мистецтво тощо) і культурні практики споживання (доступ до фільмів, літератури, відео, живопису, будь-якої інформації за допомоги інтернету). Об'єкти культури можуть мати як ближчий до традиційного характер, так і специфічний: сайт музею як візитівка з контактами і новинами vs високої якості оцифрування всіх фондів, можливість віртуальних екскурсій; електронні версії творів письменника на його сайті vs написання і розміщення творів суто «електронної літератури» з її гіпертекстуальністю, зміною сюжету відповідно до читачького «фідбеку» і т. д.; цифрова версія газети в мережі vs сайт газети з можливістю пошуку в архіві за ключовими словами, авторами, рубриками, можливістю коментарів тощо. Так само варіативними можуть бути практики споживачів, скажімо, від завантаження потрібної книги і читання її в цифровому чи роздрукованому вигляді до розширеної супутньої активності – пошуку інших творів автора, додаткової інформації у Вікіпедії та довідниках, обговоренні змісту книги з читачами в соціальних мережах, розгорнутого відгуку на книгу в онлайн-спільноті читачів тощо. Останні з указаних видів активності, як ми вже згадували, дедалі частіше називають цифровою культурною партиципацією (Г. Дженкінс) або самостійною комунікацією (М. Кастельс), її носіїв – просьюмерами, копродуцентами, а зміст – юзер-генерованою інформацією. Написання постів, завантаження фото, відео, коментарі в соціальних мережах, розповсюдження коментарів і постів інших, уподобайки щодо постів, статей, популярних відео, фото, мемів – без цього щосекундного урухомлення «знизу» цифрових знаків і символів неможливо уявити мережеву культуру (детальніше у підрозділі 4.3).

Порівняльні вимірювання рівня і змісту культурної, соціальної активності користувачів є одним із напрямків міжнародних опитувань. У проєкті WIP є кілька розділів, які стосуються саме цих питань: а) використання традиційних і онлайн-медіа, пошук новин через інтернет, довіра до онлайн-інформації; б) юзер-генерований контент і соціальні медіа, тобто створення/читання блогів, а також поширення постів, коментарі, фото, відео, оновлення статусів у соціальних мережах; в) онлайн-розваги, тобто онлайн-ігри, пошуки жартів, гумористичного змісту, завантаження і прослуховування музики, завантаження і перегляд відео [The World Internet Project, 2013, р. 60–73]. За результатами Євробарометра–2013 кожен десятий з опитованих європейців використовує інтернет для культурних цілей (шукає інформацію про культурні події, купує продукти культури, читає статті на тему культури), ще 30% роблять

Таблиця 3.3.4

Вікова диференціація культурно-дозвіллевих практик  
інтернет-користувачів і самооцінка культурної активності  
(участь/неучасть), 2016, %

Види інтернет-практик	N=1337	Вік					
		18–29		30–55		56+	
		участь	неучасть	участь	неучасть	участь	неучасть
Ознайомлююся з останніми новинами, поточною інформацією	59,7	64,0	54,0	60,3	52,6	68,7	55,3
Шукаю інформацію з тем, які мене цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис тощо)	46,4	51,7	38,1	50	40,2	46	39,5
Спілкуюся в чатах, ICQ, соціальних мережах (Однокласники, Вконтакте тощо)	45,8	61,3	61,1	41,6	41,8	31,3	39,5
Користуюся електронною поштою	44,4	57,1	39,8	49,4	35,5	37,3	19,7
Знаходжу і слухаю/переписую музику, фільми	32,3	46,0	38,9	34,0	21,9	18,7	26,3
Просто блукаю мережею	23,8	31	31,9	22	23,9	15,3	14,5
Граю в комп'ютерні ігри онлайн	21,3	32,2	31	18,7	19,5	12,7	9,2
Знаходжу і читаю/переписую у свою електронну бібліотеку художні книжки	11,1	17,6	5,3	12,6	6,8	10,7	2,6
Беру участь у форумах, конференціях	9,3	13,8	7,1	11,3	5,6	6,0	2,6

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України, 2016.

це щомісяця і навіть щотижня. Щодо культурної активності 53% респондентів назвали читання газет онлайн, 44% – пошук інформації про культурні події, 42% – слухання радіо і/або музики онлайн, 31% – завантаження музики, 27% – перегляд фільмів, ТБ, 27% – купівлю книг, театральних квитків тощо, 24% – комп'ютерні ігри, 24% – відвідування веб-сайтів музеїв, бібліотек тощо, 22% – завантаження фільмів, подкастів, програм ТБ, 21% – читання блогів із культурної тематики, 11% – завантаження власного культурного контенту в соціальні мережі чи на інші сайти, 7% – створення власного веб-сайту або блогу культурної тематики [Special Eurobarometer 399, 2013].

Завдяки наявності блоку питань щодо інтернет-активності в моніторингу «Українське суспільство» можна відстежувати динаміку і зміст різних видів активності в мережі [Бойко, 2015], серед яких є й ті, що стосуються цифрової культурної партиципації. За даними 2010 і 2016 років, кількість тих, хто ознайомлюється в інтернеті з

останніми новинами, зросла від 46% до 60%, спілкується в соціальних мережах – з 34% до 46%, шукає інформацію на різні теми (кулінарія, спорт, живопис тощо) – з 42% до 46%. Слухають або завантажують музику, фільми 32–37%, грають в онлайн-ігри 18–21%, читають або завантажують художні книги 8–11%. Див. також.: [Українське суспільство, 2016, с. 511; Наумова, 2017].

Популярні серед українців культурно–дозвілєві практики в інтернет-просторі досить різноманітні (табл. 3.3.4), причому це не є суттєвою перешкодою для культурної участі в якихось інших формах. Серед усіх опитуваних 39% відповіли, що в жодних формах не беруть участі в культурному житті, серед користувачів інтернетом таких виявилось дещо менше – 32% [Скокова, 2016b].

Декларують участь у культурній активності, як правило, індивіди вищого статусу, рівня освіти, культурного капіталу. У кожній із вікових груп «культурно активні» користувачі дещо частіше цікавляться інформацією за інтересами, цифровими книгами, музикою, можливостями електронної пошти. Низка мережевих занять не диференціює «культурно активних» і «культурно пасивних» користувачів. У кожній віковій групі практично однакові частки прихильників соціальних мереж, онлайн-ігор, онлайн-серфінгу («блукати мережею»). Певні можливості мережевої культури приваблюють представників різних за статусом груп, справляючи гомогенізуючий вплив, натомість інші можливості цікавлять користувачів із культурним бекграундом, самореалізаційними, соціальними орієнтаціями [Скокова, 2013b].

Інформацію щодо культурної участі можна знайти в маркетингових опитуваннях. Так, за даними 2016 року, 20% користувачів інтернету в Україні часто розповсюджують контент онлайн, 42% заходили в соціальні мережі зі смартфона останнього тижня, 37% дивилися відео онлайн і 13% грали в онлайн-ігри зі смартфона [The Connected Consumer Survey, 2016].

На пошук спільних і особливих рис активності користувачів соціальних мереж різних куточків світу скерований *порівняльний колаборативний проект* науковців *University College London* та інших дослідницьких центрів із різних країн, які здійснюють упродовж 2016–2017 років етнографічні польові дослідження користувачів соціальних мереж у 9 країнах: Бразилії, Чилі, Китаї, Англії, Індії, Італії, Тринідаді, Туреччині [Miller et al., 2016]. Дедалі частіше поняття «віртуальний» для характеристики повсякденного онлайн-світу вважають недоречним, останній трактують як інтегральний елемент реалії, так само звичний, як телеперегляд чи телефонні

розмови [Reed, 2016]. Якісні дослідження здатні розвіяти поширені тривоги навколо інтернету, зокрема щодо асоціальності його користувачів, зменшення контактів у реальному житті. Є очевидним, що онлайн-інтерації є просто іншим аспектом офлайн-відносин. Інша проблема, популярна для ранніх етапів розвитку мережі, — щодо анонімності онлайн-комунікації, маскуванню, конструювання «іншої» ідентичності — теж відходить у минуле, їй на зміну приходять побоювання щодо цілковитої втрати приватності й анонімності юзерів. На зміну інтересу дослідників, передовсім до спільнот за інтересами, блогів і блогосфери як активності «просунутих» користувачів-інтелектуалів приходять фокусування на способах використання тих чи тих платформ соціальних мереж різними верствами населення, в тому числі малоосвіченими (котрим, до речі, допомагає насичення візуальністю соціальних медіа), на вивченні специфіки «мережових публік» [Boyd, Ellison, 2007], змісту і функцій інформації, яка створюється і циркулює.

Порівняльну культурну статистику інтернету доповнюють якісні дослідження різних онлайн-середовищ і різних видів, способів, режимів онлайн-практик, актуальність аналізу яких підтверджують нові монографії, статті в дедалі більшій кількості спеціалізованих журналів, проекти дослідницьких/експертних центрів. Відстеження специфіки участі в мережево-цифровій культурі на глобальному, міжрегіональному, локальному рівнях, аналізу нових можливостей для творчості та спілкування, а також нових культурних нерівностей, ідеологічних впливів і маніпуляцій, є актуальною перспективою для сучасної соціології культури, соціології медіа, соціології культурного споживання/культурної партиципації в міждисциплінарному полі інтернет-досліджень.



## РОЗДІЛ 4. СМИСЛИ І ЗМІСТИ УЧАСТІ В КУЛЬТУРІ

### 4.1. Мовні практики в українському суспільстві

#### 4.1.1. Застосування концептів П. Бурдьє у дослідженні мовних практик

*Актуальність дослідження мовних практик у сучасному українському суспільстві.* В Україні широко використовують дві мови – українську і російську, хоча їх правовий статус, ареали і частота використання в публічному і приватному просторах значно відрізняються в різних регіонах країни. Державною мовою, згідно з Конституцією України, є українська. З часу анексії Криму і початку воєнних дій на Донбасі мовне питання постійно присутнє в медійному порядку денному, в дискусіях у парламенті, у пресі, в соціальних мережах. Мовний вибір як частина повсякденного життя громадян перманентно актуалізується під час необхідності узгодження мови міжособистісної комунікації, вибору мови навчання дітей, лінгвістичних преференцій у споживанні культурних продуктів (медіа, кіно, література і т. п.). Власне, мовні практики в будь-якому соціумі займають центральне місце як медіум соціалізації, інкультурації, (міжкультурної) комунікації, смислотворення.

Соціально-історичні особливості регіонів України – входження у склад різних імперій до Першої світової війни, різний час перебування у складі Радянського Союзу, різниця у рівні індустріалізації та урбанізації окремих областей, у рівні мобільності, поширеності міжнаціональних шлюбів тощо – приводить до соціокультурної диференціації регіонів, в тому числі у вигляді більшої або меншої мовної різnorodності/однорідності. Під час президентських і парламентських виборів починаючи з 1990-х років ми постійно спостерігаємо маніпулювання регіональними відмінностями. Специфіку мовних практик у повсякденні, особливості ставлення населення до історичного минулого політики використовують для залучення на свій бік голосів виборців. Мовне питання (пов'язане зі спробами і реалізацією офіційного підвищення/зниження статусу російської мови, дерусифікації/українізації) ставало частиною «політик історії», елементом бачення політичного майбутнього країни і векторів міжнародних відносин. Політичне маніпулювання питаннями легітимності та статусу мов без урахування реального стану справ підвищує і без того високий градус конфліктності в суспільстві, яке з початку 2014 року перебуває у стані воєнних дій, зтяжкої соціально-економічної кризи, системної турбулентності [Скокова, 2014d].

У цьому зв'язку є актуальнішим докладніший розгляд на основі зіставлення даних статистики і соціологічних опитувань особливостей практичного використання української та російської мов у суспільстві – як у сфері їх інституційної підтримки, так і реального вибору в повсякденному (культурному) житті громадян, динаміки цих процесів упродовж останніх років. Мовні практики громадян трактуватимемо як вибір (габітуалізований/рефлексивний) мови повсякденного спілкування, навчання, комунікації на роботі, в публічному просторі, в тому числі віртуальному, споживання інформації, культурних продуктів. Можливість вибору багато в чому зумовлена інституційно – наявністю або відсутністю можливості споживати інформацію, продукти культури, спілкуватися тією чи тією мовою залежить від особливостей первинної соціалізації, мови викладання в навчальних закладах, повсякденного мовного середовища в місці проживання, мов медіа, доступної літератури і т. п. Отже, аналіз буде укладатися на зіставленні динаміки інституційно забезпечених «пропозицій» у полях освіти, медіа, літератури, іншої друкованої продукції та «попиту» у вигляді мовних орієнтацій, компетентностей і повсякденних культурних практик використання мов [Скокова, 2018e].

Питання соціокультурної диференціації українського суспільства, зокрема у сфері мовних орієнтацій неодноразово привертала увагу українських соціологів. Аналіз мовних пріоритетів у регіональному вимірі на основі репрезентативних досліджень останніх десятиліть зроблено у працях про рівень етномовної диференціації регіонів країни, мови повсякденного спілкування [Аза, 2006; Мовна ситуація, 2008; Шульга, 2010], про мовні поділи, український регіоналізм [Стегній, Чурілов, 1998; Прибиткова, 2014], про зміст і динаміку соціокультурних преференцій у регіонах [Макеєв, Патракова, 2006; Кононов, 2009; Вишняк, 2009; Скокова, 2010a] і багатьох інших. Джерелом даних для аналізу особливостей функціонування мов у сучасній Україні слугують соціоісторичні розвідки (історичні політики, політики пам'яті), політологічні (мовні дискурси), етносоціологічні (поліетнічність, біетнічність і лінгвоетнічна гетерогенність) [Евтух, 2014; Ленчовский, Паниотто, Хмелько, 2011], культурсоціологічні (культурна ідентичність) [Соціокультурні ідентичності та практики, 2002; Особливості ідентичності, 2016], соціолінгвістичні (мовні коди, репертуари) [Гентшель, Целер, 2016]. Важливим є також досвід дослідження міжкультурної компетентності, зокрема апробація методик виміру цього складного феномену [Костенко, Скокова, 2012; Джонсон, 2014; Горбачик, Любива, Нікітіна, 2015], дослідження «своїх» і «чужих» у багатоскладовому суспільстві, явищ

відкритості, толерантності, ксенофобії [Ручка, 2002; Панина, Головаха, 2006; Паніотто, 2008; Сорока, 2012].

**Мовний капітал і мовні практики.** Понятійний апарат, який ми використовуємо в цьому підрозділі, опрацьований у рамках теорії практик П. Бурдьє [Скокова, 2015e]. Йдеться про такі концепти: *капітали* як стратифікований розподіл ресурсів (економічний, культурний, соціальний, мовний разом із їх символічним виміром), їх обсяг і структура; *поля* і *субполя* як автономні мережі соціальних позицій і відповідні останнім обсяги капіталу/влади (поле економіки, політики, освіти, мови, медіа, літератури, культурного споживання тощо); *габітус* як інкорпорована впродовж (первинної) соціалізації система схем класифікації навколишнього світу; *практики* і *стратегії* – габітуалізовані взірці дій, які поєднують у собі усвідомлювані та не усвідомлювані аспекти [Бурдьє, 2001]. Практики слідує «правилам» – конвенціям, рутинам повсякденного життя, певним «правилам гри», які історично функціонують у тому або тому полі й до яких, за умови відповідності габітуальних диспозицій, краще чи гірше пристосований агент. Біографічна історія, специфічний контекст розгортання дій і взаємодій можуть сприяти актуалізації імпровізаційної природи практик.

Бурдьє присвятив проблематиці мовних практик та їх легітимації книгу «Що означає говорити. Економіка мовних обмінів» (1982), перший розділ якої «Виробництво та відтворення легітимної мови» є у перекладі російською [Бурдьє, 2005b]. Ця книга була доповнена іншими підрозділами, написаними пізніше, і вийшла в англійському перекладі під назвою «Мова і символічне насильство» [Bourdieu, 1991].

Уніфікація поля мови, на думку Бурдьє, здійснюється разом з інтеграцією економічного і політичного просторів у період становлення національної держави. Влада легітимує певний мовний стиль як норму комунікації, натомість інші стилі (соціальні, регіональні, етнічних меншин) опиняються в підпорядкованому стані. Оволодіти легітимним стилем комунікації легше вищійшій верстві суспільства. Держава через освітні заклади контролює розподіл мовного капіталу, його кодифікацію, оцінку, символічну вагу, формуючи за посередництвом мови «спільноту свідомості, яка утворює націю» [Бурдьє, 2005b].

Поле освіти взаємопов'язане з полями професій; національний ринок праці потребує уніфікованих дипломів про освіту, отже, кар'єрний успіх передбачає високий рівень мовної компетентності. Батьки намагаються привчати своїх дітей саме до легітимної мови, орієнтуючи на високі досягнення у сферах, де мовний капітал буде затребуваним. Мовні практики можуть слугувати утворенню і підтриманню

кордонів між ієрархічно структурованими соціальними групами. Дискурсивні окреслення легітимного мовного стилю як «вищуканого», «лексично насиченого», «милозвучного» вказують на існування мови «примітивної», «простонародної», «грубої». Можуть функціонувати й інші протиставлення, наприклад, «рідна мова» – «чужа мова», «мова міста» – «мова села» тощо. Динаміку мовного поля підтримує напруга, яка виникає з бажання бути схожими на носіїв легітимної мови, тобто опинитися в лавах тих, хто досяг успіху. Варто підкреслити думку Бурдьє, що прогрес у поширенні офіційної мови залежить певною мірою від правових приписів, використання мови в публічному просторі, але це не стосується всезагального її використання, а отже, автономного відтворення. «Визнання легітимності закладається практичними звичками, які засвоюють невідчутно, впродовж тривалого, повільного привчання, за посередництвом санкцій мовного ринку: зв'язок між оволодінням офіційною мовою і можливостями матеріального і символічного успіху стає зрозумілим усім без винятку, закони формування цін у певному секторі ринку об'єктивно обіцяють успіх лише тим, хто оволодіє певним мовним капіталом» [Бурдьє, 2005b]. Нерівний розподіл мовного капіталу приводить до того, що кожний лінгвістичний обмін містить *потенціал* акту влади. Кожний мовний обмін «запускає в хід комплексну і розгалужену мережу історичних владних відносин між носієм мови, наділеним специфічним соціальним авторитетом, і аудиторією, яка визнає цей авторитет у певному ступені, а також між групами, до яких належать цей носій мови і ця аудиторія», – говорить Бурдьє [Мова і символічне насильство, 2011]. Він зауважує, що адекватно зрозуміти мовні практики можна лишень у зв'язку з суміжними практиками: витратами на дозвілля, одяг, смаками у сфері мистецтва, політичними орієнтаціями тощо. Лінгвістичний габітус є одним із показників позиції в соціальній структурі, мовний стиль – частина інкорпорованого стилю життя, структуровані системи мовних відмінностей відповідають структурованим системам соціальних відмінностей.

#### 4.1.2. Мовна ситуація в Україні та її динаміка

Виклад побудовано на інтерпретації опублікованих даних державної статистики України і соціологічних опитувань. За аналізу останніх для розрахунків використовують масиви репрезентативних моніторингових опитувань населення України «Українське суспільство» 1996–2017 років. Відповіді респондентів до 2014 року згруповані за сімома регіонами: *Захід* – Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області; *Північ* – Житомирська, Київська, Сумська, Чернігівська області, Київ; *Центр* – Вінницька, Кіровоградська, Полтавська, Хмельницька, Черкаська, *Південь* – Миколаївська, Херсонська, Одеська області; *Схід* – Запорізька, Дніпропетровська, Харківська області; *Донбас* – Донецька, Луганська області, *АР Крим* – Автономна Республіка Крим. Починаючи з 2014 року дані щодо сьомого регіону (АР Крим) відсутні, для шостого регіону (Донбас) використовують дані опитувань населення тієї частини території Луганської та Донецької областей, які підконтрольні Україні.

*Мовну ситуацію* в суспільстві розуміють як властивий йому спосіб задоволення комунікативних потреб за допомоги однієї чи кількох мов. Зміни мовних орієнтацій і практик населення загалом фіксують за даними перепису, а також репрезентативних опитувань. Як відомо, всезагальний перепис в Україні проводили 2001 року, попередній – 1989-го. За даними 2001 року українську мову вважали рідною 67,5% населення країни, що на 2,8% більше, ніж за даними перепису 1989-го. Російську мову зазначали як рідну 29,6% населення (1989 року – 32,8%). Частка інших мов, які вказували як рідні, становила 2,9% [Мовний склад населення України, 2001].

Динаміку мовної ситуації можна простежити і на основі моніторингу (табл. 4.1.1). Відповіді на запитання: «Яку мову Ви вважаєте рідною?», на нашу думку, можна сприймати як індикатор ставлення до мови, не обов'язково пов'язаного з мовними практиками (детальніше про цей показник: [Вишняк, 2009, с. 18–20]. Для аналізу поширення останніх можна використовувати в якості індикатора відповіді на запитання «Якою мовою (мовами) Ви переважно спілкуєтеся у Вашій родині (вдома)?». Як правило, в родині спілкуються неформально, слідуючи рутинним схемам лінгвістичної комунікації. За роки спостережень (1996–2017) переважно українською розмовляють удома 37–43% опитуваних, переважно російською – 29–38%; використовують обидві мови (залежно від обставин) – 22–29% респондентів. За період 2015–2017 років почали вважати українську рідною 71–73% опитуваних, 25–28% такою вважають російську.

Таблиця 4.1.1

Динаміка мовних орієнтацій і практик (ідентифікація з рідною мовою, мова спілкування вдома, ставлення до отримання російською мовою статусу офіційної), 1996–2017, %

Роки	Ваша рідна мова			Мова спілкування вдома			Згодні з отриманням російською мовою статусу офіційної		
	Українська	Російська	Інша	Переважно українська	Переважно російська	І та, і та	Ні	Важко сказати	Так
1996	62,5	36,1	1,4	36,9	33,1	29,6	32,9	16,1	50,9
2000	63,8	35,1	1,2	39,1	36	24,8	36,2	19,3	44
2005	64,3	34,1	1,5	41,8	36,4	21,6	34,4	16,8	48,6
2010	65,1	32,5	2,3	41,7	34,9	22,1	39,6	17,0	43,3
2012	66,2	32,4	1,2	42,9	35,4	20,9	41,6	14,8	43,4
2013	–	–	–	38,7	37,9	22,8	49,1	14,2	36,5
2014	68,5	30,1	1,4	43,3	31,2	24,8	49,7	18,1	32,2
2015	73,1	25	1,2	43	25,6	30,4	59,9	13,2	25,4
2016	70,7	28,4	0,7	42,3	32,2	25,4	55,6	14,1	30,3
2017	72,2	27,0	0,8	41,2	28,9	29,3	54,4	15	30

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

2012 року це відношення становило 66% и 32%. Такі зміни вказують, зокрема, на посилення символічної важливості української мови.

Як додатковий індикатор мовної орієнтації можна використовувати відповіді на запитання «Чи вважаєте Ви за необхідне надати російській мові статусу офіційної?». Цей статус можна розуміти по-різному – як статус другої державної мови, регіональної мови, мови національної меншини або мови міжнаціонального спілкування. Респонденти можуть самі уявляти ці можливості, (не) погоджуючись з отриманням російською мовою статусу офіційної. Прихильників отримання російською мовою статусу офіційної завжди було більше на Донбасі, у східних і південних областях. Загалом у країні частка респондентів, які прихильно ставляться до цієї ідеї, зменшилася з 51% 1996 року до 43% 2012-го і 30% 2017-го. У повсякденних мовних практиках особливих змін за останні два-три роки не відбулося. 41–43% опитуваних відповідали, що спілкуються вдома українською, частка респондентів, які спілкуються російською вдома, коливається на рівні 27–32% (2012 року – 35%), 25–30% відповідають, що використовують обидві мови.

**Мовна соціалізація і мовні компетентності: регіональні особливості.** Формування мовних практик починається в родині. За даними

2007 року, виховання третини опитуваних відбувалося в україномовних сім'ях, близько 30% відповіли, що батьки спілкувалися в сім'ї виключно російською, решта – 35% – зростали у двомовному середовищі, могли чути і російську, і українську мови, їх комбінації від батьків чи вихователів (табл. 4.1.2). 82% респондентів Західного регіону і Криму зростали в одномовному середовищі родини, відповідно – в україномовному/російськомовному. В інших регіонах ситуацію двомовності в сім'ї батьків спостерігаємо частіше – третина опитуваних на Донбасі, 43–48% у Північному, Центральному, Південному, Східному регіонах чули в дитинстві від батьків і українську, і російську, а також змішану мову, в якій використовують слова і конструкції обох мов (суржик). Отже, для кожного третього жителя країни двомовність, використання різних мовних кодів є природним станом справ, нормою, габітуально засвоєною в дитинстві.

**Зміни офіційного статусу української мови і мовна соціалізація.** За радянських часів під впливом державної мовної політики в Україні в офіційному спілкуванні, а також у великих, індустріальних містах домінувала російська мова. Її державна легітимація як засобу міжнаціональної комунікації, а часто і доступу до вищої освіти, розуміння змісту центральних медіа, інших культурних російськомовних продуктів робила носіями російської мови представників

Таблиця 4.1.2

**Мова спілкування батьків, матері/батька в неповній сім'ї, вихователів у дитячому домі, 2007, %**

Регіони	Виключно українська	Переважно українська, інколи російська	Змішана мова, в якій використовують як українські, так і російські слова	Переважно російська, інколи українська	Виключно російська	Інша мова
<i>Загалом</i>	33,9	8,4	17,2	9,7	29,4	1,1
Захід	81,6	5,8	5,5	1,2	4,0	2,0
Північ	37,3	14,7	20,6	8,8	18,3	0,3
Центр	47,9	12,9	24,7	5,3	8,7	0,4
Південь	15,1	7,8	22,3	18,4	34,6	1,7
Схід	13,8	7,7	23,4	16,0	38,5	0,6
Донбас	4,3	3,5	16,0	13,8	61,7	0,7
АР Крим	3,3	3,3	2,2	5,5	82,4	3,3

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

інших мовних груп, особливо тих, хто мав устремління посісти вищі статусні позиції, тобто селян, які переїжджали в міста, здобувачів вищої освіти, керівників різного рівня. В Україні легітимне домінування російської мови відбувається поступово, співіснуючи з хвилями «українізації» (коренізації) в 1920-х – на початку 1930-х років, із «відлигою» в 1960-х. З 1961 року програма КПРС окреслила курс на «послідовне зближення націй і досягнення їх повної єдності». В Україні, зокрема, з 1959 року було змінено освітнє законодавство, скасоване обов'язкове вивчення української мови у школах із російською мовою навчання [Грабовский, 2014]. У період «пізнього застою» (1970–1980-і роки) українська і російська мови виконували свої функції, як їх уявляла ідеологія і практика того часу. Твори, лояльні за «духом» радянській державі, які популяризували національну самобутність у рамках ідеології інтернаціоналізму і дружби народів, мали широку аудиторію, зокрема високі тиражі розважальних україномовних журналів і газет, художньої, дитячої літератури; всесоюзна популярність набула українська естрадна музика. Виходять українською словники, енциклопедії, переклади зарубіжної художньої літератури тощо. Водночас продовжує існувати жорстка інституційна система контролю спроб виходу за ці рамки, яка часом призводила до звільнень, виключень, репресій – у разі оголошення авторів носіями «буржуазного націоналізму», «буржуазної ідеології». На рівні повсякденного спілкування українська мова, а також «суржик» як мікс української та російської лексики побутують у менш урбанізованій місцевості, серед менш освічених верств населення (з регіональними відмінностями), натомість у великих містах російська мова дедалі частіше посідає домінуючу позицію – як символічно, так і інституційно. Ухвалення Закону «Про мови в Українській РСР» 1989 року і державної програми його впровадження дало початок підвищенню ролі української як єдиної державної й офіційної мови. Її статус закріплено в Конституції України 1996 року. Вважають, що за роки державної незалежності України найбільш явні зміни у сферах функціонування української мови відбулися в закладах дошкільного виховання (кількість дітей, виховання яких відбувалося українською, зросла з 51% 1991 року до 86% 2010-го), у шкільній середній освіті за цей самий період – з 48 % до 82%, у мові публічних заходів, державного управління, діловодства, реклами тощо [Статистичний щорічник України, 2011].

Як показують дані статистики в областях, оброблені нами в регіональному розрізі (*табл. 4.1.3*), виховання дітей українською в дошкільних закладах 2010 року сягало 97–99% у Західному, Північному і Центральному регіонах, 87–88% – у Південному і Східному (62% і 54% 1995 року), 56% – на Донбасі (12% 1995-го), 4% – у Криму.



Подібна тенденція, за даними статистики, спостерігається й у мовному середовищі загальноосвітніх навчальних закладів: практично всі вони є україномовними в Західному, Північному, Центральному регіонах, де російськомовних шкіл залишилося від 0,4 до 1,9%. На Сході країни україномовних шкіл стало удвічі більше (з 38% до 76%), на Донбасі – в шість разів більше (з 8% до 48%). За 1995–2010 роки майже повністю переорієнтовано на українську мову систему вищих навчальних закладів. У більшості регіонів, за даними статистики, досягнуто майже 100% викладання предметів державною мовою – в Південному регіоні 9% російськомовних ВНЗ III–IV рівнів акредитації, у Східному – 8%, щоправда, на Донбасі – 30%.

Отже, на рівні державної політики зроблено кроки з мовної уніфікації навчання молоді країни. Українську мову дедалі частіше використовують як засіб ділової, наукової комунікації. Вона також функціонує як символ державності поряд з іншими символами та ідентитетами – назвою країни, територією, державною символікою тощо. Разом із тим перехід на українську мову навчання був не послідовним, часто не підкріпленим фінансовою, організаційною, методичною допомогою на місцях. У низці регіонів (Крим, Донбас) його гальмували або не здійснювали взагалі (детальніше [Бестерс-Дільгер, 2011]).

Таблиця 4.1.3

**Розподіл учнів і студентів у закладах освіти за мовою навчання, 1995, 2010, %**

Регіон	Дошкільні навчальні заклади				Загальноосвітні навчальні заклади				Вищі навчальні заклади I–II рівнів акредитації				Вищі навчальні заклади III–IV рівнів акредитації			
	Укр.		Рос.		Укр.		Рос.		Укр.		Рос.		Укр.		Рос.	
	1995	2010	1995	2010	1995	2010	1995	2010	1995	2010	1995	2010	1995	2010	1995	2010
Україна	66,0	85,9	33,0	13,5	58	82	41	17	51	90	49	10	55	91	45	9
Захід	97,0	97,3	0,5	0,1	93,1	95,6	2,7	0,4	98,7	99,6	0,7	–	99,1	99,6	0,9	–
Північ	94,6	99,7	5,4	0,3	78,4	98,1	21,6	1,9	78,2	100	21,8	–	72,6	98	27,4	2
Центр	98,7	99,6	1,5	0,4	85,4	98,8	14,6	1,1	93,8	100	6,2	–	84,2	97,6	15,8	2,2
Південь	62,0	87,0	37,7	12,4	49,3	83,0	50	16,3	44,7	99,0	55,3	1	37,3	90,9	62,7	9,1
Схід	53,7	87,8	46,3	12,2	38	76,3	62	23,7	29,7	96	70,3	4	27,7	92	72,3	8
Донбас	12	55,7	88	44,4	7,5	47,5	92,5	52,5	5,5	69	94,5	31	8	70,5	92	29,5
АР Крим	0,6	3,9	99,2	95,6	0,1	5,5	99,7	93,0	–	2,5	100	97,5	–	15	100	85

Джерело: Статистичний щорічник України, 2011.

Соціологічні опитування показують менш однозначну порівняно з даними статистики картину темпів переходу на україномовне навчання. За даними опитування дорослого населення 2007 року, майже кожен другий респондент отримав свого часу початкову і середню освіту російською мовою, на Донбасі та у Криму таких було 88% і 91% відповідно. Серед *молоді 18–29 років* (найстарші представники цієї когорти були учнями школи в 1985–1995 роках, наймолодші – в 1996–2006 роках) 47% навчалися українською і ще 11% переходили на україномовне навчання, решта – 42% – навчалися російською. Навіть якщо не абсолютизувати ці цифри, стає зрозуміло, що мовна ситуація отримання загальної середньої освіти у групі 18–29 років відрізняється від даних статистики. З усіх опитованих із *середньою спеціальною і вищою освітою* 60% отримали її свого часу російською мовою, відповідно 40% – українською. Серед респондентів 18–29 років навчання виключно російською відзначили 25%, ще 21% указали, що більшість предметів були російською мовою, деякі – українською; 23% відповіли, що лише частина предметів були російською. Отже, за цими даними отримували освіту виключно українською 31% студентів серед опитованих 18–29 років. Звісно, і в цьому разі присутні значні регіональні варіації, від західних областей, де переважає навчання українською, до східних і південних, де російськомовне середовище позначається і на отриманні освіти. Дані опитувань показують, що ситуація *двомовного середовища, комбінації мовних кодів* є доволі поширеною. Часто середовище мовного сімейного спілкування не збігається з мовою навчання, наприклад, серед тих, хто навчався в середній школі російською, тільки 59% спілкувалися в родині виключно російською мовою, 32% чергували російську й українську, в тому числі змішуючи слова різних мов, 8% говорили вдома українською.

Опитування 2013 року свідчить про доволі високий рівень *мовної компетентності* – можуть вільно говорити, читати і писати українською (74,6%) і російською (75,1%) опитованих, решта – кожен четвертий – більш-менш розуміє українську/російську мову, таких, що не розуміють якоїсь із цих мов, практично немає (*табл. 4.1.4*). Англійську мову, яку частіше за інші вивчають як іноземну, не знають/не розуміють 66% респондентів (серед молоді 42%), вільно володіють англійською 2% (серед молоді 4%). Бачення майбутнього щодо доцільності вивчення російської мови дітьми у школі відрізняється серед тих, хто користується однією чи двома мовами. Серед тих, хто спілкується в сім'ї «переважно українською», частка тих, хто вважає за потрібне вивчати російську мову у школі, становить 18%; серед тих, хто спілкується в родині «переважно російсь-

кою», таких 67%, «і українською, і російською» – 50%. При цьому представники цих мовних категорій одноставно вважають, що у школах необхідно вивчати англійську мову.

Важко сперечатися, що володіння мовами підвищує обсяг знань, кваліфікацію індивіда, полегшує доступ до більшої кількості культурних продуктів, розширює кругозір, сприяє міжкультурній комунікації, відкритості до інших культур. У ситуації глобалізації стає рутинною навичкою серед висококваліфікованих професіоналів володіння іноземними мовами. Ідеї взаємозбагачення культур розповсюджуються в міжнародних документах, у документах ЄС [Про ратифікацію, 2010; Rethinking language, 2017]. Рівень володіння англійською (як мовою міжнародного спілкування) на цей момент в українському суспільстві не є високим. Натомість ситуація повсякденної двомовності, розширеного мовного репертуару свідчить про значний обсяг культурного капіталу в українському соціумі. Чи є насправді це соціальне явище культурним капіталом і якщо є, як ним розпорядитися – підтримувати нинішній стан чи витіснити російську мову з публічного простору, зі сфери освіти на користь української, – актуальна тема публічних і законодавчих дебатів, ініціатив і рішень в українському суспільстві.

Таблиця 4.1.4

**Мовна компетентність стосовно української, російської, англійської мов, 2013, %**

Регіон/ освіта/ місто	Можу вільно говорити, читати і писати			Можу вільно читати і писати, але виникають проблеми в розмові			Можу вільно читати цією мовою, але не пишу і не розмовляю			В основному розумію цю мову, але в розмові та читанні виникають проблеми			Практично не розумію цю мову		
	Укр.	Рос.	Англ.	Укр.	Рос.	Англ.	Укр.	Рос.	Англ.	Укр.	Рос.	Англ.	Укр.	Рос.	Англ.
<i>N</i> = 1800	74,6	75,1	2,3	13,2	16,2	4,7	4,8	4,4	6,0	6,3	3,9	20,8	1,0	0,3	65,9
Захід	98,3	45,2	3,2	1,2	27,1	6,3	0,3	12,1	5,5	0,3	15,0	24,2	0	0,6	60,8
Північ	83,0	72,2	2,3	12,7	23,2	6,5	1,6	2,6	7,2	2,6	1,6	21,6	0	0,3	62,4
Центр	83,4	59,6	3,8	12,1	25,3	1,9	1,5	9,4	8,3	3,0	4,5	21,5	0	1,1	64,5
Південь	77,3	86,2	4,4	16,0	12,2	7,2	3,9	1,1	5,6	2,8	0,6	20,0	0	0	62,8
Схід	77,2	94,8	0,3	15,1	4,3	2,2	4,3	0,6	2,8	2,8	0,3	16,0	0,6	0	78,8
Донбас	40,6	92,9	1,1	25,1	7,1	5,7	15,9	0	8,2	15,9	0	22,0	2,5	0	63,1
АР Крим	23,1	96,7	2,2	14,3	3,3	2,2	11,0	0	3,3	41,8	0	18,7	9,9	0	73,6
Вища освіта	78,5	86,4	4,8	14,5	11,0	10,1	2,6	2,2	8,8	3,9	0,4	32,5	0,4	0	43,9
Велике місто	64,3	87,9	2,1	17,6	9,2	5,8	9,6	1,5	7,2	7,2	1,4	23,1	1,4	0	61,8

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

#### 4.1.3. Мовні практики й участь у культурі: пропозиції і вибори

**Мовні практики і перегляд телепередач.** В інформаційному суспільстві медіа стають всюдисущими, пропонуючи споживачу дедалі різноманітніші жанри, формати, способи доступу. Увагою аудиторій (опитування 2017 року) користуються першою чергою новини (55%), розважальні програми (53%), художні фільми (49%). На період опитування 2007 року для 53–55% респондентів мова *новин і суспільно-політичних теле- і радіопередач*, а також *розважальних та інших передач* не відігравала особливої ролі, їх влаштувала і російська, і українська. В АР Крим так відповіли 15–20% респондентів, 37%–52% – у Західному регіоні, 32–40% – на Донбасі.

Порівняно з даними 2007 року 2017-го зростає частка респондентів (із 55% до 62%), які не фокусуються на мові телепередач (табл. 4.1.5). Варіант «дивився б телепередачі тільки українською» 2007 року обрали 13% опитуваних, «тільки російською» – 31%. 2017 року ситуація змінилася – виключно російськомовні телепередачі хотіли б дивитися 13%, українською мовою – 23% респондентів. За цей період змінилася аудиторія (не опитували жителів Криму і частини Донбасу), а також наповнення телемовлення. Заборонено трансляцію більшості каналів Російської Федерації, які раніше були присутні в мережах кабельного і цифрового телемовлення. З жовтня 2017 року в Україні набув чинності закон про мовні квоти на телебаченні, який зобов'язує загальнонаціональні канали вести українською не менше 75% телемовлення. Раніше, в листопаді 2016 року, набули чинності мовні квоти на радіо. Закон зобов'язав радіостанції транслювати державною мовою не менше 35% загального обсягу пісень упродовж доби.

Таблиця 4.1.5

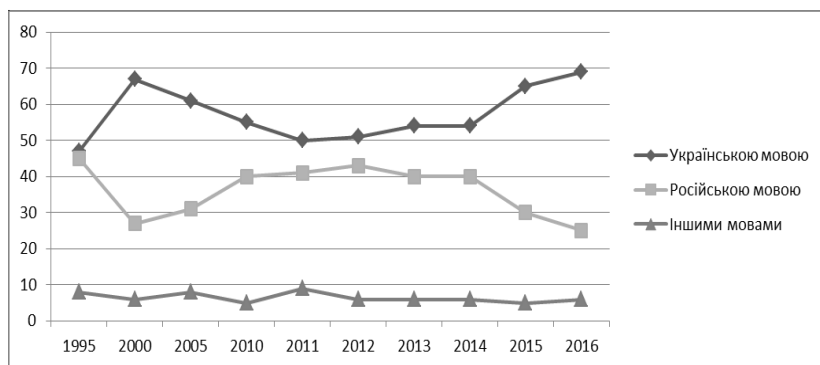
Бажана мова телепередач у різних регіонах, 2017, %

Регіони	Бажана мова телепередач			
	Виключно українська	Виключно російська	І українська, і російська рівною мірою	Не має значення, українська чи російська
<i>N</i> = 1800	23,0	12,9	33,4	29,1
Захід	67,6	0	14,6	17,8
Північ	14,1	8,4	37,2	39,8
Центр	26	3,6	28,2	40,8
Південь	5,7	15,5	40,9	36,8
Схід	4,0	19,1	51,7	23,5
Донбас	4,2	50,0	22,3	15,1

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

**Мова видавничої продукції та практики читання.** Орієнтація виключно на україномовне читання преси і літератури не була популярною – 2007 року газети читали б тільки українською мовою 19%, художні книги – 14%, професійну літературу – 16%. Орієнтовані на читання книг і газет тільки українською були 50–61% жителів Західного регіону. Мірою просування на Схід і Південь країни ця частка зменшувалася до 1–5%. А втім могли б читати газети і книги тією і тією мовою в Північному і Центральному регіонах 66–70%, у Південному і Східному – 44–55%, на Донбасі таких було 12–20%. У преференціях щодо мови читання спеціалізованих, професійних видань 38% респондентів відповіли, що обрали б російську, 16% – українську, 38% влаштувала б і українська, і російська. На Заході країни кожен другий висловився виключно за українську мову таких видань, на Півдні кожен другий – за російську, цей варіант підтримали і 82–85% жителів Донбасу і Крим. Така картина не буде дивною, якщо звернутися не лише до досвіду культурного споживання населення, а і до даних статистики щодо випуску в Україні книг, газет та іншої друкованої продукції різними мовами за останні 20 років.

Динаміка видання книг українською мовою з першого погляду є більш-менш збалансованою: річні тиражі книг і брошур перевищують подібні видання російською (рис. 4.1.1). Але ж значну частину річних тиражів книг і брошур (52,5%) становлять навчальні та методичні видання, з яких 46,8% – для середньої школи (2013). Літературно-художніх творів у загальному обсязі видань упродовж 2013 року було лише 13,6%, наукових і науково-популярних – 5,3%, для дітей і юнацтва – 9,7% [Засоби масової інформації, 2014, с. 14].



Джерело: Засоби масової інформації, 2017. С. 11.

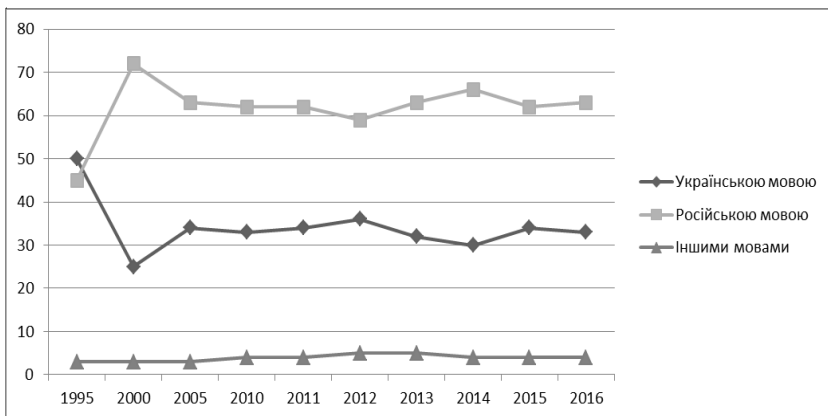
**Рисунок 4.1.1. Розподіл річних тиражів книг і брошур в Україні за мовами, %**

Останнім десятиліттям частка читачів художньої літератури скорочується доволі швидко, а ті, хто продовжують читати, надають перевагу масовим жанрам – детективам (17%), історичним (13%), любовним романам (11%). Протекціоністська податкова політика для вітчизняних видавництв усі ці роки не була реалізованою і простір художньої літератури залишається переважно російськомовним, із насиченням ринку продукцією російських видавництв різних жанрів і напрямків. Тільки останнім часом ситуація у книговидавництві починає змінюватися. Щодо практик читання, то, за даними опитувань населення віком 15–59 років, близько 50–60% книг, які купували респонденти впродовж останніх трьох місяців, були російською мовою [Звіт «Дослідження читання книжок», 2014]. Українською купували здебільшого навчальну, наукову літературу, дитячі книги.

Динаміка видавництва *преси* за мовним критерієм показує таку картину: з 1995 року річні тиражі газет українською стрімко зменшуються, натомість зростають тиражі російськомовних видань (рис. 4.1.2); 2016-го це співвідношення досягло 33% до 63% (1995-го – 50% до 45%).

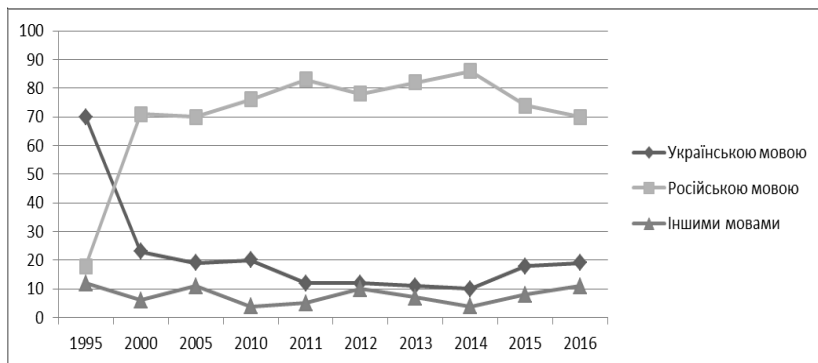
Річні тиражі інших *періодичних видань* (журнали, бюлетені, збірники) також показують істотну перевагу російськомовних видань – 83% і 11% 2013 року, 70% і 19% 2016-го (1995 року було 18% і 70%) (рис. 4.1.3).

Серед періодичних російськомовних видань багато щотижневих популярних журналів на кшталт «Отдохни», «Мой любимый сад», «Вяжем сами», «Добрые советы», «Женские истории» тощо. З яскравими ілюстраціями, привабливі за ціною, вони розраховані на російськомовний пострадянський простір і змістовно часто пов'язані з ро-



Джерело: Засоби масової інформації, 2017. С. 4.

Рисунок 4.1.2. Розподіл річних тиражів газет в Україні за мовами, %



Джерело: Засоби масової інформації, 2017. С.16.

**Рисунок 4.1.3. Розподіл річних тиражів періодичних і таких, що продовжуються, видань (окрім газет) в Україні за мовами, %**

сійською телепродукцією, подіями у світі кіно, естрадою, спортом РФ. Російська й українська мови на естраді/в шоу-бізнесі, телеіндустрії до початку воєнних дій були доволі тісно переплетені. Популярна культура як продукт культурних індустрій розповсюджувалася через всі медіа-канали, репродукуючи зацікавленість російською мовою в усіх регіонах України, включаючи західні [Скокова, 2008e, 2010a].

Таким чином, траєкторія мовної ситуації в українському суспільстві зумовлена багатьма історичними, ідеологічними, політичними, освітніми, культурними, ринковими, соціальними, технологічними та іншими чинниками, конкретні констеляції яких у той чи той момент створюють умови для репродукування або ж, навпаки, змін повсякденних мовних практик. Значущими є мовна біографія і життєва траєкторія родини, взірці повсякденного спілкування в найближчому оточенні, які впливають на формування втілених мовних диспозицій.

Підйом громадянських почуттів на нинішньому етапі оборони держави і спроб її перебудови на демократичних і конкурентних принципах поєднується з емоційним підйомом у рамках національного відродження – з увагою до традиційних складових (українська як мова титульного етносу, національні традиції, обряди, одяг, страви тощо).

Разом із тим, як показують дані опитувань, більшість респондентів доволі толерантно сприймають співіснування української та російської мов, зокрема, у просторі культурного споживання. За даними моніторингу 2015 року, обома мовами міг б читати пресу і літературу, слухати радіо, дивитися телепередачі кожен другий

житель Західного регіону, 72% – на Півночі країни, 80% – у Центрі, 71% – на Півдні, 77% – на Сході, 61% – на Донбасі. Двомовні настанови на споживання культурної продукції підсилюються порівняно з ситуацією 2007 року. Це підтверджує тезу, що повсякденна двомовність, достатньо вільне володіння українською і російською, змішаними мовними кодами більшістю громадян країни містить у собі потенціал солідаризації та спільний ґрунт для комунікації, діалогу в суспільстві. Повсякденний рівень володіння двома мовами можна вважати різновидом культурного капіталу суспільства, показником міжкультурної компетентності.

Останніми роками ухвалюють нові політико-правові рішення для посилення ролі української мови в різних сферах життя суспільства, в тому числі у вигляді державної підтримки вітчизняних галузей культури, які за попередні роки існування незалежної України опинилися у стані занепаду – наприклад, кіноіндустрія (підвищено бюджетне фінансування), книговидавництво (створено координувальний орган – Інститут книги). Встановлено мовні квоти на радіо, телебаченні, які регулюють обсяг мовлення на користь української мови. Деякі рішення, які важко назвати демократичними (наприклад, заборона теле-трансляції російських каналів, блокування російських соціальних мереж), в умовах надзвичайного стану не викликають особливої протидії у громадській думці. За опитуваннями громадської думки у рейтингу актуальних проблем питання мови перебувають на периферії. Утім, мовні практики є базовими, центральними в повсякденному житті кожної людини і привернути до них увагу, викликати емоційні реакції населення доволі легко, використовуючи маніпулятивні технології. Справжньою метою останніх є досягнення «символічної влади» (П. Бурдьє) під прикриттям турботи про збереження і розвиток мови (української чи російської, залежно від цілей маніпулятора).

У всьому світі поширюється усвідомлення важливості знати і розуміти інші культури, підвищувати рівень міжкультурної компетентності, толерантності. Культурний капітал, мовна компетентність, міжкультурна компетентність пов'язані з настановами відкритості [Скокова, 2002a]. Якісні дослідження, зокрема, фокус-групові дискусії, проведені у 2012 році для адаптації Шкали культурного інтелекту (CQS)\*, показують всю складність процесів рефлексії учасниками своїх міжкультурних схильностей і практик. Низка чинників політико-ідеологічного, соціального, культурного, психологіч-

---

\* Дослідження здійснено в рамках спільного проекту Інституту соціології НАН України і Програми досліджень лідерства Indiana Wesleyan University «Cross-cultural competency and cultural intelligence: a case study in Ukraine». Учасники проекту: Б. Джонсон, Дж. Барнс, С. Буко, Є. Головах, О. Стегній, Н. Костенко, Л. Скокова, Т. Нікітіна, К. Івашенко, В. Чирок.



ного, когнітивного плану породжує як стимули, так і бар'єри такої рефлексії. В цілому дослідження демонструє ознаки позитивного ставлення до інших культур і народів, бажання розширювати свій досвід міжкультурного спілкування. Наприклад, необхідні у міжкультурному спілкуванні дії і тактики, які озвучують під час дискусії респонденти, є такими: бути уважним; поводитися адекватно до ситуації; вислуховувати іншого; знаходити м'який підхід; не вважати іншого опонентом; посміхатися; відгукуватися на прохання про допомогу; ставитися до іншого, як до себе; намагатися вимовити якісь фрази мовою співрозмовника, щоб йому було приємно; намагатися налагодити діалог [Костенко, Скокова, 2012, с. 192]. Звісно, даються взнаки й нормативні вимоги політкоректності, толерантного ставлення до будь-яких народів і культур, поширені в сучасних суспільствах. Разом із тим на установки мають вплив усталені стереотипи етноцентризму, поділу культур на близькі і далекі, ієрархізованої картини міжкультурного світу, групової конформності. Справляє свій вплив ідеологічний контекст політичної ситуації із перманентним культивуванням конкуруючими політичними силами протиставлень регіонів, етнічних, мовних груп країни [Костенко, Скокова, 2012].

Культурна відкритість, міжкультурні, міжнародні контакти є компонентами набору індикаторів, що описують стан демократії, цивільності сучасних суспільств [Indicator Framework, 2017]. До речі, за методикою «Indicator Framework on Culture and Democracy» (Рада Європи), саме культурна відкритість є сильною стороною українського суспільства у порівнянні з іншими індикаторами стану культури (зокрема, культурна інфраструктура) і у порівнянні із виміром відкритості інших країн.

Особливості мовних практик у контексті соціокультурних диференціацій українського соціуму, становлення і змін культурних ідентичностей, динаміки культурної відкритості/закритості неодноразово вивчали вітчизняні соціологи в рамках різних проектів. Важливими кроками для подальших обґрунтувань зважених рішень в цій сфері могла б стати: концентрація даних цих соціологічних досліджень в національному репозиторії для зіставлення методик, результатів і подальшого їх використання у публічному просторі; організація подальшої співпраці аналітичних центрів для вивчення комплексу проблем, пов'язаних із сукупностями мовних, міжкультурних практик в українському соціумі та умовами їх розгортання, відтворення і змін.

Просування української мови має базуватися на динамічній освітній політиці, економічній підтримці україномовних культурних продуктів, їх популяризації культурними, просвітницькими,

медійними засобами. Необхідно створювати і підтримувати цікаві дітям і молоді креативні центри і середовища (освітні, дозвілєві тощо), в яких бути україномовним, а також двомовним/багатомовним є престижним і перспективним. Великий потенціал має онлайн-середовище з його можливостями доступу до культурних продуктів, освіти, міжкультурної комунікації. У рамках сучасних уявлень про мовні (та інші) практики їх прийнято розглядати як такі, що перебувають у ситуації конкуренції – за час, увагу, емоції, компетентність їх носіїв, вільне бажання останніх бути їм відданими. Чи матиме така конкуренція характер взаємозбагачення і взаєморозвитку або ж протистояння і взаємного (деструктивного) заперечення, – вибір, перед яким стоять сучасна українська культура і суспільство. Перед нами складний шлях, на якому навряд чи можливі швидкі та прості рішення.

## 4.2. Дім: образи, уявлення, реалії

### 4.2.1. Дім у традиційній культурі: коди і сенси

Більша частина людського життя проходить удома. В постіндустріальних суспільствах зі скороченням часу зайнятості з'являються додаткові можливості перебувати вдома, що разом із розвитком новітніх технологій, вивільненням часу від хатньої праці призводить до «одомашнення» дозвілля, відпочинку і споживання. Інша тенденція – перетворення власного житла на домашній «офіс», що теж збільшує час перебування в ньому. У менш економічно розвинених країнах для значної частини населення дозвілля вдома стає майже не єдиною альтернативою в умовах нестачі коштів на інші способи проведення вільного часу.

Дім є матеріальним об'єктом, фізичним простором розгортання людської життєдіяльності, вмістилищем безлічі речей, необхідних як функціонально, так і обдарованих людськими значеннями, сенсами, пам'яттю. Разом із цим дім можна розглядати як домогосподарство, «моральну економіку». Він є місцем проживання родини чи індивіда, а отже, зотканий з мережі міжлюдських відносин – із рідними, близькими людьми, а також приятелями, колегами, сусідами. Осмислення цих зв'язків, встановлення (або ні) відносин близькості і довіри теж відбувається у межах дому, в його просторово-часовому вимірі. Дім є приватним простором і одночасно – показником соціального статусу, презентацією культурних смаків і преференцій. Можна сказати, що дім є локусом емоційних, соціальних, культурних смислів. Це найдавніша форма людського існування, і вагомість смислових образів Дому в культурі є незаперечною.

Універсальна культурна значущість дому і, одночасно, відмінності його сприйняття у різних суспільствах і соціокультурних групах, трансформації образу дому в сучасному соціумі підвищують інтерес дослідників до його вивчення. Започаткування з 2004 року видання міждисциплінарного журналу «Home Cultures», проведення конференцій [Ruczka, Skokowa, 2008] та випуски числених наукових монографій і збірок є інституційними свідченнями актуальності цієї теми. Проблематику дому вивчають у рамках таких дисциплін, як філософія, історія, соціальна психологія, культурна антропологія, культурна географія, соціолінгвістика тощо. Проблематика *дім – людина* в різних її вимірах час від часу опинялася в центрі уваги науковців, що цікавилися повсякденним існуванням людини в світі [Башляр, 2004; Бодрийяр, 2001; Гайдеггер, 1998; Элиаде, 2002, Бур-

дьє, 2001]. Узагальнення щодо аксіологічної/символічної значущості дому знаходимо в працях українських, зарубіжних дослідників, представників філософської антропології, істориків, етнографів, культурологів, лінгвістів, соціологів (детальніше: [Скокова, 2012b, с. 314].

Спробуємо розглянути, які соціокультурні сенси в українському суспільстві пов'язані із поняттям «Дім», наскільки саме з домівкою, рідними стінами (особливо в умовах великих міст, частих переїздів, житлової невлаштованості) асоціюється відчуття безпеки, захищеності, патріотизму, родинних зв'язків, образу власного «Я»; яким чином формуються подібні відчуття, емоції, ідентифікації. Напрацювання у рамках «культурного», «матеріального», «практичного» поворотів підкреслюють автономність культури та важливість вивчення смислів, що утворюються на перехрещенні культурного, соціального та особистісного, актуалізують необхідність осмислення зв'язків «людина/об'єкт», «людське/не-людське», нерозривну вписаність людського існування в матеріальне середовище речей, артефактів, техносистем тощо.

Як емпіричну базу використано результати соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України, дані Європейського соціального дослідження (ESS), а також результати якісних досліджень 2011 р.: фокус-групи, проведені відділом соціології культури і масової комунікації Інституту соціології, авторська колекція студентських есе на теми «Дім: мої уявлення, образи, асоціації», «Ідеальний дім: мої уявлення».

Серед різноманітних підходів до трактування відносин між суб'єктом і об'єктом, індивідом як користувачем і предметом, товаром, річчю зупинимось на наступних узагальненнях [Gronow, 2004]. По-перше, цінність об'єкта виникає з його функціонального призначення, здатності задовольняти потреби індивіда/користувача. По-друге, цінність базується на індивідуальній суб'єктивній оцінці об'єкта стосовно його корисності, здатності приносити задоволення, вітху тощо. Третя, культуралістська перспектива – розуміння цінності об'єкта в ракурсі генералізованих смислів і значень, приписуваних йому і розділюваних спільнотою (Дж. Александер). Останнє визначається місцем об'єкта у загальній культурній системі класифікацій і кодифікацій. Скористаємося цими можливостями для прояснення відносин «людина – дім», виявлення смислів, що виникають у цих різноманітних контекстах.

Історичні, етнографічні розвідки показують, що у традиційній культурі поняття «дім», «хата» для українців, як і представників багатьох інших народів, є багатозначними, наповненими символіч-

ним змістом. Часто дослідники трактують образ Дому як один із базисних елементів колективної ідентичності. Як зазначає М. Еліаде, у традиційному суспільстві дім — це не просто об'єкт, «місце, облаштоване для житла», це — світ, який людина будує для себе, імітуючи божественне творіння, космогонію. Кожна побудова чи урочисте відкриття нового дому певною мірою є рівнозначними новому началу, новому життю. Навіть у сучасних суспільствах, де спостерігається високий ступінь десакралізації, все ще зберігаються на новосіллях спогади про ту переповнюючу всіх радість, яка у стародавні часи знаменувала початок нового життя [Еліаде, 2002, с. 50–51].

Сприйняття оточуючого простору як сакрального і профанного структурує людську свідомість, робить оточуючий світ доступнішим для розуміння. Побоюючись як ворогів, так і злих духів, люди намагалися всіляко захистити своє житло, укріпити його. Цій меті слугувало й «охрамовування» житла (слово «храм» знаходиться в одному ряду зі «схрон», «хоронити», «хорони»), заповнення його магічними знаками, речами, оберегами, спеціальне оздоблення дверей, вікон, комину тощо. Завдяки цьому вся хата перетворювалася в магіко-практичний оберіг, ставала схованкою добробуту, духовного затишку, безпеки родини. Житло оберігало людину від різноманітних і непередбачуваних загроз зовнішнього світу, утворювало свій, «внутрішній», приватний світ, дотичний масштабам людини, наповнений рисами безпеки, визначеності, зрозумілості, упорядкованості.

Еквіваленти слов'янського слова «дім» означають широке коло понять: кров, родину, житло, будівлю, певне визначене місце, а також явища, пов'язані з культурною організацією життя: господарство, побут родини чи народу, спадщину, ієрархію, порядок. Поняття дому пов'язувалося також зі своїм народом, країною, правом, мораллю, пам'яттю, вірністю традиціям. Усталеним є вираз «рідний дім» у значенні «рідний край», «вітчизна», «батьківщина». Ці семантичні виміри характерні і для мов інших слов'янських народів, наприклад, російського, польського, сербського. Зміст українських прислів'їв і приказок (<http://aphorism.org.ua>) показує основні сенси, смислові виміри, протиставлення, пов'язані зі своєю хатою, домівкою, в традиційних культурних уявленнях.

*Загальне протиставлення «свого/чужого»:* своє є кращим, тому що своє («У гостях добре, а дома ліпше», «Бодай не ходити в чужу хату!», «Ліпше дома, ніж на празнику», «Своя стріха — своя втіха», «Своя ліпанка ліпша чужої світлиці»).

*Захищеність в своїй оселі* («У своїй хаті й кути помагають», «Дома і стіни помагають»).

*Закритість від чужих* («Хата як покривка: що говориться, то в хаті повинно пропасти») і відокремленість (відоме «Моя хата скраю – нічого не знаю»).

*Можливість вільних дій у своїй хаті, незалежність*, очікування теплого прийому після повернення іззовні («Своя хата й своя воля», «Не пізно до свого дому і опівночі», «Свій дім не ворог: коли прийдеш, то прийме», «Своя хата – своя правда», «Кожний когут смілий на своїм сміттю», «У своїй хаті кожний пан», «Де хата, там і пані-матка»).

І навпаки, *острах* (який відчувається у порівняннях) *залежності в чужому домі від чужої ласки, волі інших людей* («Бодай умирати, і у свій горщик зазирати», «Бодай ніхто не дочекав у чужім кутку сидіти», «Чужа хата гірше ката», «Хата чужая, як свекруха лихая», «Хоч у рідного тата – але не моя хата», «На чийому возі їдеш, того й волю чиниш», «Чужа хата – велика досада», «У чужій хаті і тріска б'є», «Чия хата, того і правда»).

*Маркування розподілу сфер жіночого і чоловічого впливу, опікування господарством* («Без господаря двір плаче, без хазяйки – хата», «Де багато господинь, там хата неметена», «Якщо жінка завзята, то й добра повна хата», «Без господаря хата – пустка», «Дівка заплетена, а хата не метена», «Красна хата кутами, а дівка пирогами»).

*Родинні зв'язки, любов до батьків, дітей* («Дорога та хата, де родила мати», «Як син вродиться, то і хата радується»).

*Гостинність* («Чим хата багата, тим і гостям рада», «Що хата має, тим і пригощає»).

*Естетична функція домівки* («Хата як квітка», «Хата як лялечка», «Хата як дзеркало», «У хаті як у віночку»).

*Гумористичне ставлення до бідності* («Наша хата з холодом не спориться: як надворі тепло, то й у нас тепло, а як холодно, то й у нас так», «Така хата тепла, що потієш, дрижачи»).

Навіть кількість різноманітних визначень хати/домівки у традиційній мові та пов'язаних із нею смислів говорить про її центральну, вісьову роль в культурі, в культурних уявленнях. Можна сказати, що ціннісно-смислові структури, традиційні колективні уявлення пов'язані із символічним сприйняттям рідної хати, домівки, господи як безпеки, захищеності, підтримки рідних, вільної дії, сім'ї, матері, вітчизни.

#### 4.2.2. Дім як оселя: предметно-просторові виміри

Індивід від у цьому режимі дії сприймає дім як житло, оселю, будівлю – фізичний об'єкт зі своїми характеристиками. Інструментальне трактування дому в цьому випадку обумовлює оцінки його з точки зору можливості проживання, вартості, оплати за проживання, розміру площі, кількості кімнат, планування, наявності комунікацій, оснащення різноманітними побутовими приладами, що вивільняють час від справ у домашньому господарстві, полегшують доступ до інформації, споживання культурних продуктів тощо. Практики в рамках інструментального/планового режиму дії передбачають, в термінах прагматичної соціології, взаємодіювальне поєднання інтенціональної агентності суб'єкта та функціональної агентності об'єкта [Тевено, 2006, с. 9].

Вичерпання можливостей житла задовольнити потреби мешканців (наприклад, у зв'язку з розширенням родини чи підвищенням рівня запитів) вимагає його заміни на більш просторне/комфортне житло. Цей динамізм життєвої траєкторії, потребу нового житлового простору для розвитку використовує реклама у своїх слоганах, наприклад: «Надоели? В Акварели!» («Акварели» – назва житлового комплексу, зображено представників старшого покоління, від «опіки» яких мають вивільнитись представники молодшого покоління). У цьому випадку сімейні цінності, цінності дому як великої родини і близькості поколінь трактуються з іронією, важливішим уявляється свобода і незалежність дій молодшої генерації, і таку можливість створює наявність власного, окремого житла.

**Функціональність реального: оцінки житлової ситуації.** За даними моніторингу Інституту соціології НАН України 2017 року в окремій квартирі живуть 45 % опитуваних, решта – у будинку (частині будинку) – 47%, тобто 92% респондентів мають окреме житло. Більшість сільських мешканців проживають у приватних будинках (82%), у малих містах ця частка житла зменшується до третини, великих містах – до 18%. Середня житлова площа домогосподарств становить 42–49 кв. м., загальна площа – 59–66 кв. м.; в середньому на родину приходиться без кухні 2,5–2,8 кімнат (2002 – 2014 роки). Серед мешканців багатоквартирних будинків живуть в 1-кімнатних квартирах 14% опитуваних, в 2-кімнатних – 48%, 3-кімнатних – 35%, решта – 3% – мають 4 кімнати і більше. Вища кількість кімнат на сім'ю (без кухні і допоміжних приміщень) у мешканців індивідуальних будинків: 1–2 кімнати в домі серед них мають 24%, 3 кімнати – 39%, 37% – 4 кімнати і більше.

Таблиця 4.2.1

Скільки осіб мешкає з Вами в одній кімнаті (разом з Вами), %

Кількість осіб	Роки			
	1994	2000	2010	2014
1 особа	21,8	33,1	38,8	41,2
2 особи	33,6	51,0	48,4	47,4
3 особи	21,1	11,6	8,8	7,8
4 осіб і більше	23,5	4,4	2,6	2,6
Не відповіли	9,2	1,2	1,3	0,9
<i>В середньому осіб</i>	<i>2,6</i>	<i>1,9</i>	<i>1,8</i>	<i>1,7</i>

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

Часто в одній квартирі/будинку можуть вимушено проживати представники декількох поколінь і для певної частини населення проблемою стає сама наявність окремого житла і навіть окремої (індивідуальної) кімнати (табл. 4.2.1). Злам системи державного регулювання безоплатного надання житлової площі тим громадянам, які цього потребують, завищені ціни на ринку житла, збідніння населення і неможливість отримати іпотеку – все це часто заводить вирішення житлової проблеми в глухий кут. Щоправда, порівняно із 1990 роками, ситуація змінюється на краще.

Як і в розвинених країнах, заможні верстви починають цінувати життя за містом, в екологічно чистому середовищі – в котеджах, які не поступаються рівнем комфортності і оснащення міським квартирам високої ринкової вартості. Проте більшість індивідуальних будинків знаходиться в селах, селищах, невеликих містах із низьким рівнем або відсутністю відповідної інфраструктури – транспортного сполучення, газифікації, телефонізації тощо. За даними моніторингу 2012–2014 років 84–91% домогосподарств країни мають холодну воду в оселі, 71–74% – каналізацію (туалет), 54–57% – центральне опалення помешкання, 54–59% – гарячу воду. Особливо напруженою ця ситуація є в сільській місцевості, де більша частина населення проживає у приватних будинках без водопроводу і централізованого опалення. В середньому 5% опитуваних зазначають, що в опалювальний сезон в оселі дуже холодно, постійно мерзнуть, 12–16% – постійно протікають стіни або дах, 11–13% – часто бувають перебої з електроенергією. На комфортність, оснащеність житла впливає матеріальний статус родини. В індивідуальних будинках наявність водопроводу, каналізації, опалення, гарячої води збільшується із підвищенням самооцінки опитуваними свого матеріального рівня. Серед найбільш необхідних за самооцінкою мешканців



індивідуальних будинків (0–1 за 10 бальною шкалою) мають в домі гарячу воду 11%, серед найзаможніших (6–9 балів) – 46% опитуваних [Скокова, 2012b, с. 322]. В цілому за період 1994–2017 роки частка тих, кому «не вистачає хорошого житла», зостається на рівні 35%.

Дім як будівля, фізичний об'єкт потребує постійної турботи, підтримання чистоти, порядку, періодичного ремонту тощо. За даними ESS, Україна знаходиться на останньому місці за самооцінкою обладнання оселі для домашньої роботи. Також мешканці нашої країни витрачають найбільшу кількість часу на домашню роботу. У звичайний будній день усі члени родини сумарно витрачають на хатню роботу біля 6,8 годин. В інших країнах цей показник менший: від найнижчих у Данії, Франції, Швеції, Фінляндії, Норвегії (2,6–3,1 години) до найвищих – Польща (4,8), Словаччина (5,0), Словенія, Ірландія (5,2), Ісландія (5,4). [Головаха, Горбачик, Паніна, 2006, с. 76].

**Функціональність ідеального дому.** На сьогодні будівельні фірми пропонують широкий вибір житла як у місті, так і в приміській зоні. Ці пропозиції рекламуються, зокрема, як сучасне, комфортне, високотехнологічне житло. Як приклади, можна навести такі характеристики новобудов столиці: «Вентильовані фасади, повна звуко- і шумоізоляція, панорамні вікна з дзеркальним напиленням, система пожежної безпеки – складові комфорту вашого будинку». «Кращі будівельні матеріали в поєднанні з сучасними технологіями і роботою компетентних фахівців дозволили досягти бездоганної якості в найдрібніших деталях проекту. В результаті сьогодні ми пропонуємо жителям столиці новий рівень комфорту і безпеки» (з реклами київських новобудов).

Широка популярність кінопродукції, телесеріалів, книг, де зображується стиль життя заможних верств населення, проживання героїв у комфортабельних котеджах, таунхаусах, пентхаусах, лофтах тощо, теж транслює смислові конструкції «ідеалу», що мали б впливати на формування образу ідеального (за своєю функціональністю) житла, насамперед, у представників молодого покоління. Більшість есе студентів-гуманітаріїв столичного ВНЗ на тему «Мої уявлення про ідеальний дім» починаються з опису двохповерхового будинку у приміській зоні з просторими кімнатами. Студенти підкреслюють необхідність достатнього простору в домі, наявності прибудинкової території, забезпечення комфортності проживання і відпочинку для мешканців дому і можливих гостей.

Характерний опис функціональності дому: *«В моєму уявленні ідеальний дім – це обов'язково окремий приватний будинок із достатньою прибудинковою територією, дім має бути великим і просторим.*

*В ньому повинно вистачати місця для великої кількості гостей. Ідеальний дім має бути оснащеним всіма сучасними комунікаціями. Бажано, щоб система опалення, водопостачання і енергопостачання були автономними. Дім обов'язково повинен розташовуватися в екологічно безпечному місці. В домі повинна бути встановлена надійна охоронна система. Дім має бути достатньо міцним, щоб витримати природні катаклізми, дизайн мого дому має бути узгоджений зі мною» (Р., ч., 20 р.).*

Атрибутивні ознаки розміщення і зовнішнього вигляду ідеального дому в уявленнях студентів є такими: *двоповерховий/одноповерховий; квартира у домі зі старою архітектурою; просторий; великий/ні великий, ні малий; величезний; окремих; приватний; оснащений комунікаціями; автономний; надійно захищений; міцний; практичний. Будівлі та елементи прибудинкової території: басейн, баня, сауна, гараж (на 2 машини), дитячий майданчик, альтанка, ганок, тераса, оранжерея, будка для собаки. Оформлення подвір'я: газон, куці, квіти, фруктовий садок, мангал, диван-гойдалка, невеликий власний город з зеленню, огорожа/висока огорожа, зроблена з цегли. Зовнішнє оточення: тихе місце, вид на річку/озеро/просторе поле, багато землі.*

Реклама активно використовує образ дому для просування своєї продукції. Так, кухонні плити, наприклад, рекламуються за допомогою такого короткого слогана «Тека. Створи свій дім», який супроводжує зображення стильного, дзеркально чистого приміщення із смачною стравою на столі поряд з електричною плитою оригінальної форми. В описах студентів внутрішнє планування дому відповідає взірцям комфортного проживання (наведено окремі висловлювання з описів): *«величезна кухня, яка плавно переходить у їдальню для прийому та пригостання гостей; великі кімнати з високими стелями; обов'язково з великою кухнею, адже я люблю готувати; перший поверх у стилі хай-тек із великою кухнею, салою та гардеробними. На другому – спальні та робочий кабінет; на першому поверсі знаходяться кухня, ванна кімната, гостьова кімната, зал. На другому – спальні (3 чи 4) і ванна кімната. Також повинна бути тераса, де можна буде посидіти на свіжому повітрі; на другому поверсі обов'язково буде великий балкон, де стоятиме стіл та диван; балкон має бути добре освітлюваним та не малим; великий балкон, а дах зроблений зі скла».*

У матеріальному, фізичному образі дому домінують такі характеристики, як просторі, світлі, охайні кімнати, котрі гарно мебльовані, технічно оснащені, прикрашені квітами, різними дрібничками (залежно від стилю). Одночасно наголошується на необхідності затишку, спокою, бажанні милуватися гарними видами з тераси/балкону, сидіти у теплі біля каміна.

Мабуть, подібні візуальні образи досить живо виникають у пам'яті як наслідок перегляду реклами, фільмів, журналів, іншої продукції мас-медіа. На телебаченні існують спеціальні передачі («Квадратний метр», «Квартирне питання», «Школа ремонту» тощо), присвячені перетворенню «звичайної» квартири чи будинку на взірць сучасного дизайну, стилю, функціональності і комфортності. За даними опитування 2007 року частка глядачів, які полюбляють дивитися такі передачі, становить 21%; 2017 року – 14%; серед опитованих із середньою спеціальною або вищою освітою ця частка вища.

Дім у соціологічних дослідженнях трактують і як простір виявлення індивідуальних естетичних диспозицій, котрі втілюються у виборі його дизайну, предметів інтер'єру, їх розміщення у просторі тощо. У праці «Відмінності» Бурдьє розглядає дім як елемент загальної системи смаку. Він показує, що різні уявлення стосовно характеристик домашнього простору та самі практики його прикрашання, вибору предметів інтер'єру (різні місця придбання меблів, наприклад) гомологічні виборам в інших полях культурного споживання та обумовлені ієрархією простору соціальних позицій. Зокрема, робітники передусім цінують в облаштуванні дому комфорт, практичність, легкість утримання, чистоту; ремісники/дрібні торговці – затишок, комфорт, легкість утримання, чистоту; вчителі, технічні робітники – комфорт, гармонію, затишок, практичність, тепло; промисловці, бізнесмени – комфорт, затишок, гармонію, «культурні посередники» – гармонію, затишок, комфорт, тепло, продуманість, фантазійність; професори – комфорт, гармонію, затишок [Bourdieu, 2005, s. 309]. Бурдьє вважає, що на вищих щаблях соціальної стратифікації естетичні категорії (стилізація, продуманість, фантазійність тощо) з'являються частіше, тоді як серед нижчих верств частіше зустрічаються функціональні пріоритети в організації внутрішнього простору (чистота, порядок, легкість утримання).

Інші дослідження показали, що стильність, естетичність не завжди виходять на перший план навіть у представників вищого середнього класу, як цього слід було б очікувати відповідно до концепції гомології смаків. Респонденти (мешканці престижного австралійського передмістя) під час глибинних інтерв'ю часто робили наголос на своїх намаганнях зробити свій дім передусім зручним, затишним, гостинним [Woodward, 2007]. Одним із пояснень такої ситуації може слугувати відомий принцип неактуальності вже досягнутого, задоволеної потреби: достатньо комфортне і стильно оформлене житло осмислюється в термінах гостинності, соціабельності, які є більш прийнятними й позитивними як з точки зору соціокуль-

турних норм взагалі, так і в ситуації інтерв'ю віч-на-віч. Інше пояснення — розмивання відповідності соціальної і культурної статифікації в сучасних суспільствах (див. підрозділ 2.3).

В описах студентів подеколи зустрічаються уявлення, типові для творчої людини (дім-майстерня): *«Сразу представляється небольшое помещение, в котором есть главное — книжный шкаф, забытый уже имеющимися книгами с постоянной проблематикой, куда же поставить новые. Небольшой стол, небольшая кровать. Доступ к плите. Но наверно плита должна стоять не в комнате ... но чтобы все по сути ... чтобы без скатертей, без вазочек ... нет, ну можно с вазочками ... чувствуешь, как мастер в мастерской. Тут есть станок какой-нибудь, тут есть старый гончарный круг»* (ФГ-3, ч., гум.).

Цікавою є присутність екологічних мотивів, проєкцій «екологічного світу»: розташування дому в безпечному місці, використання енергії сонячних батарей, меблів із натуральних матеріалів, небажання користуватися потенційно небезпечними приладами (мікрохвильовка) чи такими, що поглинають час (телевізор). Телевізор, станом на 2011 рік, вважається найголовнішим предметом домашнього побуту, без якого не можуть обійтися в повсякденному житті представники всіх вікових груп за даними опитування (*табл. 4.2.2*), але тенденція зниження інтересу до нього серед молоді простежується. Його місце впевнено займають мобільний телефон, комп'ютер, використання інтернету, а також різноманітні інші новітні прилади/гаджети для читання, доступу в інтернет, комунікації, прослуховування музики. Власників і активних користувачів подібного «оснащення» повсякденного життя найбільше серед молоді.

Однією з функцій подібних приладів може бути конструювання своєрідного «мобільного дому»/«портативного дому», коли в будь-якому місці (в готелі, в поїзді, в автомобілі, в громадському транспорті тощо) можна розмовляти з рідними і друзями, підтримувати зв'язок у соціальних мережах, слухати улюблену музику, читати книгу, дивитися фільм, відтворюючи звичні для дому ритуали і одночасно відокремлюватися від навколишнього оточення, привласнюючи таким чином, публічний простір.

Щодо переліку інших речей, без яких важко обійтися, то молоді люди дещо рідше вказують на важливість присутності в їхньому повсякденні друкованої продукції — газет, журналів, книг порівняно із старшими віковими групами. Характерним для молоді є й вищий інтерес до модного одягу, парфумів, косметики. Без пральної машини не можуть обійтись 33% опитуваних, без різноманітних кухонних приладів — 23%, як серед молодшої, так і середньої вікових

Таблиця 4.2.2

Гендерні і вікові відмінності щодо вибору речей, без яких не можна обійтися в сьогодиншньому повсякденному житті, 2011, %

Речі	Загалом	Стать		Вікові групи		
		Жінки	Чоловіки	18–29	30–54	55+
Телевізор	74,6	74,8	74,3	70,5	74,6	78,0
Мобільний телефон	61,3	57,8	65,2	85,6	66,6	31,1
Пральна машина-автомат	32,6	40,2	23,9	35,3	36,9	24,6
Інтернет	26,0	21,9	30,7	52,2	22,4	6,2
Комп'ютер, ноутбук	25,7	22,5	29,3	51,8	22,6	5,0
Газети, журнали	23,5	24,7	22,1	15,5	22,3	33,1
Книги	22,9	24,7	20,9	18,7	21,9	27,6
Кухонні прилади (СВЧ, кавоварка, комбайн тощо)	22,8	28,6	16,3	21,9	28,2	17,0
Автомобіль	14,8	9,1	21,4	19,8	16,3	8,5
Парфуми, косметика, прикраси	14,0	21,7	5,2	21,2	15,6	4,4
Молитовник та інші речі, необхідні релігійній людині	10,5	13,3	7,3	6,8	10,0	14,4
Фотоапарат, відеокамера	10,2	9,2	11,3	18,0	10,8	2,6
Велосипед	8,4	5,9	11,3	5,8	10,2	7,0
Радіоточка, радіоприймач	7,9	7,7	8,2	4,7	5,9	14,1
Програвач DVD	6,2	5,0	7,5			
Речі, необхідні для хобі (рукоділья, колекціонування тощо)	6,0	6,6	5,4	4,7	7,6	4,7
Модний одяг відомих брендів, марок	5,8	6,7	4,6	9,7	5,2	2,1
Музичний центр	5,7	5,2	6,3	10,4	5,0	1,2
Електронна книга, смартфон, інші цифрові гаджети	4,5	3,8	5,4	6,8	4,6	1,8
Спорядження для занять спортом (у спортзалах, у басейні, на спортамайданчиках)	4,2	2,7	5,9	7,2	4,5	0,3
Плеєр MP3	3,8	2,5	5,2	10,4	1,5	1,2
Мотоцикл, моторолер	2,8	1,3	4,6	3,2	3,3	1,2
Посудомийна машина	2,6	3,1	2,0	2,2	3,2	2,3
Домашні спортивні тренажери	2,5	1,4	3,8	4,0	2,4	0,9
Лодка, катер, яхта	1,4	0,5	2,5	1,1	1,3	1,8

Джерело: Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України

груп. Посудомийна машина є доступним і звичним обладнанням менше ніж для 3% респондентів.

В цілому, як бачимо, оцінки функціональних властивостей реального житла, наявності побутового оснащення й культурного інвентаря, а також значущості його місця в повсякденному житті, вписа-

ності у побут респондентів за даними кількісних опитувань і уявлення студентів щодо ідеального дому та його функціональності досить далекі. Ця «відірваність від життя» усвідомлюється й молодими авторами описів, які часто обирають таку побудову речень: «дім МАЄ бути... (просторим, світлим тощо)», «в ідеальному домі МАЄ бути (багато кімнат, гарні меблі тощо)». Майже не зустрічаються стверджувальні речення на кшталт: «мій дім БУДЕ ... (просторим, комфортним тощо)». Певне дистанціювання, сумніви у досяжності мрії виражено у висловлюванні однієї зі студенток: *«Ідеальний дім кожен з нас може змодельювати сам, найголовніше ж залишається в майбутньому здійснити свої плани... Так, звичайно, я хочу величезний котедж, обладнаний за останнім словом техніки, але потрібно для цього працювати»* (К., ж, 20 р.).

Власне, реальна наявність такого будинку, ідеальний образ якого описують студенти, свідчила б і про досягнення матеріального достатку, високого соціального статусу, ознакою якого й був би такий дім. У колажах студентів на тему «Ідеальний дім» присутнє зображення купюр як символ відсутності матеріальних проблем у домі; про важливість матеріального достатку багато говорять й студенти-учасники фокус-груп. Такими є більшість планів і мрій на перспективу: *«Зробити кар'єру, завести сім'ю, отримувати достойну зарплату, бути здоровим, щоб близькі були здорові»: «нормальная машина, нормальное жилье – квартира, дом, жена-дети, и чтобы были человеческие условия – такого плана»* (ФГ-1, ч., тех.). *«Дома хочется большую библиотеку, дом на море, и каждый понимает, что на это нужны деньги. И поэтому все понимают, что деньги важны для всех»*. (ФГ-1, ч., гум.).

Режим планової дії, який є відповідним для досягнення мрії – купівлі власного будинку, тобто дія за соціальними нормами/правилами: «гарно навчатися – знайти роботу – робити кар'єру – отримувати достойну оплату – купити будинок», як підказує соціальний досвід студентів, може не спрацювати в нестабільному, економічно поляризованому суспільстві з практично відсутніми державною житловою політикою і цивілізованими стандартами оплати праці. Отже, можна вирізнити такі типові поняття-еквіваленти, що стосуються системи релевантності *функціонального дому*: добробут, статус, приватне житло, /якісне/комфортне (оснащене)/стильне житло.

#### 4.2.3. Часова і соціальна перспективи Дому

Спосіб координації в домашньому світі/світі Дому ґрунтується на локальності (спільний простір), ієрархічних зв'язках, що основані на авторитеті батьків, розподілі ролей чоловіка і жінки, на темпоральності, спільному переживанні часу – в його повсякденному порядку і порядку святкових подій. Ця домашня атмосфера об'єднує членів родини, утворює систему значень і смислів, яка є унікальною, бо ґрунтується на біографічних переживаннях, і є мало зрозумілою аутсайдеру, зовнішньому спостерігачеві. Як пише А.Шюц, «“почувати себе як дома” – це вираз вищого ступеня знайомства та близькості. Життя дома слідує звично організованому взірцю; у нього є свої певні цілі і засоби для їх досягнення, що добре себе зарекомендували, які складаються з множини традицій, звичок, інститутів, порядків діяльності різного роду тощо» [Шюц, 2003, с. 210].

Для аналізу процесуального аспекту утворення смислів Дому доцільно використати концепт нідерландської дослідниці Ірен Сьєра [Cierad, 2010] щодо життєвого циклу «перевинайдення дому» (home reinvention). Люди можуть декілька разів за життя змінювати місце проживання: йти з батьківського дому, починати жити власною сім'єю в окремому помешканні, переїжджати в іншу квартиру чи будинок, покращуючи житлові умови чи мігруючи до іншої місцевості, їхати з міста ближче до природи на схилі літ тощо. У кожній ситуації переїзду і облаштування нового житла відбуваються конструювання і переконструювання того, що живе в нашій уяві під поняттям «мій дім».

Звернемося знову до уявлень стосовно дому студентів декількох столичних ВНЗ. Частина їх є місцевими і вони продовжують жити під час навчання з батьками, значна частина приїхали з іншого міста і живуть у гуртожитку, певна частина можуть винаймати квартиру. Для тих, хто живе в гуртожитку/винаймає квартиру, новий досвід є можливістю порівняти старі і нові умови проживання, гостріше відчувати, що означають поняття «мій дім», «рідний дім». Смисли, як відомо, частіше унаочнюють себе в кризових ситуаціях, в лімінальні періоди [Александр, 2013, с. 353]. Такою незвичайною ситуацією для багатьох стають перші кроки в новому місті, зокрема поселення в гуртожиток: *«Перший раз, як я поселився в гуртожиток, для мене це було великим шоком. Я туди зайшов, самі сходи були вбиті»* (ФГ-1, ч., тех).

Шок, треба розуміти, був обумовлений різким контрастом з упорядкованістю, чистотою і відремонтованістю попереднього місця проживання і станом нинішнього. Але шок проходить і нові реалії

поступово стають звичними, на які мало хто звертає увагу. Періодичні повернення до свого місця проживання, у батьківський дім виявляють відмінності минулого і теперішнього, дозволяють відчутти переваги (тепло, турбота, знайомість, значущі відносини з рідними і друзями) рідного дому: *«И вот три года я прожил в Киеве и понял, что для меня действительно друзья остались там. У меня здесь есть куча хороших ребят, которых я люблю. Я понимаю, что действительно друзья у меня там. У меня там родные, у меня там все мое все осталось»* (ФГ-1, ч., гум.).

Разом із тим новий досвід виявляє небажані риси (надмірна опіка, обмеження свободи, контроль батьків, нестача нових вражень тощо): *«Я навпаки, хотів поступити подаль, бо я одна дитина в сім'ї і мене постійно сюсюкали, не роби те, не роби це. Я зробив вибір, щоб поступити якнайдалі від батьків»* (ФГ-1, ч., тех.).

Відчуття дому може пов'язуватися з різними просторовими вимірами, різним масштабом. Це може бути перенесення поняття «дім» на мікрорайон, все місто, і – на всю країну. *«Дом? У меня ассоциируется, например со страной, Украиной. Возвращаешься откуда-то и понимаешь, что ты дома, в своем родном Киеве, на родной, так сказать, земле»* (В., ч, 27 р.). *«Особисто для мене вираз “мій дім” асоціюється не лише з квартирою, в якій я живу, не з будинком, не з під'їздом. Цей вираз для мене означає мікрорайон. Я умовно його поділяю на чотири квадрати по перехрестю і якщо я виходжу гуляти в центр, то це означає що я їду на територію того самого перехрестя»* (Г., ж, 20 р.). *«Мій дім для мене – це моє село, мої друзі, ті люди з якими я виріс»* (Я., ч., 20 р.). *«Для меня дом – это не моя квартира. Вижу речку, на берегу ... недалеко от дома. Сижу на берегу Десны. Вижу природу пышную. Слышу слово «дом» и вижу эту картинку»* (ФГ-3, ч., гум.).

Ці різні шкали, масштаби відчуття дому часто перехрещуються і співіснують. *«Мій дім – це невеликий 5-поверховий будинок у центрі міста з квітучою вишнею навпроти дому. Тут я знаю все, як свої п'ять пальців, тут мої сусіди – найкращі друзі дитинства, тут люди здаються добрішими. Мій дім – це трьохкімнатна квартира. Мій дім – це моя власна кімната з вікнами, що виходять на алею, із книжками та іграшками. Тут ми з молодшою сестрою гралися в дитинстві, тут я робила своє домашнє завдання»* (А., ж., 20 р.).

Дім можна трактувати з точки зору присвоєного простору, місця, яке людина наділяє певними уявленнями, яке викликає спогади, ті чи інші емоції, фантазії, мрії. Здатність викликати позитивні емоції, задоволення, втіху, відчувати себе комфортно, розслаблено, спокійно, підвищує суб'єктивну цінність об'єкта/простору, вирізняє його з поміж інших. У випадку емоційної прив'язаності до місця, яким



може бути й дім, говорять про явище топофілії. Відповідно, у випадку переживання негативних емоцій можна говорити про явище топофобії [Gonzalez, 2003].

Розглянемо *темпоральні виміри* уявлень про дім. В студентських есе можна вирізнити три часові виміри, в яких розгортаються образи дому. Дім минулого — це дім дитинства, безтурботності, захищеності, ігор з ровесниками, братами чи сестрами. Дружня родина, приємні спогади — все це відповідає культурному ідеалу батьківського дому, в якому тебе чекають, люблять, оточують увагою, турботою. *«Для мене мій дім асоціюється з домашнім теплом. Дім — це там, де завжди тебе чекають, не зважаючи ні на що, це, там, де завжди тобі раді, де тебе кохають»* (Я., ч., 20 р.). *«Дім — це місце, яке асоціюється з дитинством, рідними, батьками і святами. Це місце, де тебе завжди чекають»*. (А., ж., 20 р.).

Звісно, відносини в родині, з батьками не завжди можуть бути безхмарними і бесконфліктними. Проте поняття «мій дім», «рідний дім» є високо інституціоналізованими, кодифікованими, насиченими позитивними коннотаціями. Тому лише зі вступних речень, тема яких далі не розкривається, або з висловлювання у дискусії з попередженням «як не дивно», можна здогадуватися про існування конфліктного сприйняття образу дому: *«Моє бачення дому опирається на певні труднощі, які мені довелося пережити в дитинстві»* (М., ж., 20 р.). *«Как ни странно, все так у всех хорошо, а у меня первая ассоциация, это почему-то 1-комнатная квартира и злой папа, который почему-то на меня кричит в последнее время. Ну вот. Ну такая ассоциация. Чем не ассоциация. Просто семья, дом, и вот туда»* (ФГ-4, ж., гум.).

Сформованість відчуття «МИ-групи», усвідомлення, що це ТВОЇ рідні, що до них треба ставитися особливо, навіть у ситуації конфлікту, простежується у розмірковуваннях студентів: *«У меня старший брат и у нас как бы — я по гороскопу огненный знак и он. Я Овен, а он Лев. И он любит командовать и я очень люблю командовать. У нас сразу такое получается ... стычки»*. (ФГ-1, ч., тех.).

Співпереживання, залученість у думки, події рідних людей, співіснування в одному просторі і часі, використання одних і тих предметів, створює особливу налаштованість, спільність інтересів, на яких, як вказує А. Щюц, «базується більш чи менш гомогенна система релевантностей». Він пише, що «в домі для кожного з партнерів життя Іншого стає, таким чином, частиною власної біографії, елементом особистої історії. Хто він є, ким він виросте, ким він стане — все це визначається його участю у різноманітних реальних і потенційних первинних відносинах, що переважають в рідній (домашній) групі» [Щюц, 2003, с. 214]. *«Вот я хотел сказать, что*

*друзья друзьями, но лучше, чем твоя мама, тебя никто не поймет и не поддержит, то есть это очень важный момент. В семье полное доверие. Понятно, что маме надо не все рассказывать»* (ФГ-1, ч., тех.). *«Семья – значение слова «Мы». Нет «ты» и «я», это твое, это мое. Это наше. То есть вот мы все вместе в семье»* (ФГ-1, ч., тех.).

Процес дорослішання супроводжується відстоюванням себе як автономної особистості: *«Из дому на самом деле уезжать я не очень хочу, с другой стороны – иногда очень хочу. Но пока что, именно, уезжать из своей квартиры, семьи, пока не хочется. Хочется как бы, чтобы меня признали как человека, который уже может что-то делать сам, что я уже хоть немножко выросла»* (ФГ-4, ж., гум.).

Новий досвід, зацікавлення і проблеми, інше коло знайомств віддаляють студентів (дітей) від батьківського дому, рідних. *«Такое ощущение появляется, что ты уже знаешь больше их. Что ты смотришь дальше и они тебе уже ничем не помогут. То есть ты можешь уже сам толкать свои темы, так сказать...»*; *«Они, может, не знают или не вникают»*; *«Ну это как всегда между поколениями разница как минимум, время поменялось и ... они живут в своей молодости, своими стереотипами...»* (ФГ-1, ч., тех.).

Те, наскільки складно транслювати рідним, що «зоставалися вдома» новий, особливий досвід, а також втрачену можливість розуміти так легко, як раніше, їх спосіб мислення, знову-таки описує А. Щюц стосовно того, хто покинув дім: *«Життя дому більше не доступне йому безпосередньо. Він зробив крок, так би мовити, в інший соціальний вимір, який не охоплюється системою координат, що застосовується вдома. Він більше не є учасником Ми-відносин, які утворюють тканину рідної групи. Покинувши дім, він замінив ці живі переживання спогадами про те, що означало життя дома до моменту його залишення»* [Щюц, 2003, с. 210]. Ці спогади, типізації, ідеалізації батьківського дому ми часто й зустрічаємо в описах студентів, особливо тих, які давно вже не живуть разом зі своїми рідними. Часом дім дитинства зостається лише у спогадах студентів після розлучення батьків, їх переїзду до іншого міста чи країни тощо.

#### ***Об'єктивізація внутрішнього світу: пам'ятні речі, місця, практики.***

Спогади є важливою частиною такої складної смислової конструкції, як дім. Його можна трактувати як біографічне «місце пам'яті» (П. Нора), своєрідний музей, експонатами якого стають, звісно, різноманітні речі, що пробуджують спогади про минуле. Ж. Бодрияр писав: *«Родинний дім – специфічний простір, що мало залежить від об'єктивного розташування речей, бо в ньому головна функція меблів та інших речей – втілювати в собі відносини між людьми,*

заселяти простір, де вони живуть, тобто бути одухотвореними. Взагалі, люди і речі тісно пов'язані між собою, і в такій узгодженості речі набувають внутрішню щільність і афективну цінність, яку прийнято називати їх «присутністю». Очевидно, саме через цю складну структуру внутрішнього простору, де речі окреслюють у нас перед очима символічні контури фігури, що зветься оселею, – очевидно, саме через неї у нас в пам'яті настільки глибоко закарбовується образ рідного дому» [Бодрийяр, 2001, с. 20].

*«Мій дім – це кожен куточок, який я знаю, і куди не подивився зразу ж спливають приємні спогади, емоції і кожна річ є дорогою та пам'ятною для мене»* (І., ж., 20 р.). Цінність цих речей змінюється залежно від етапу біографії, переосмислення значущих подій, людей, ситуацій. Як показують результати опитування 2011 р., існують певні вікові, гендерні відмінності щодо ставлення до значущих речей (табл. 4.2.3). Респонденти загалом високо цінують документи сімейного архіву, старі фото, листи – 65% відповідають, що ніколи б від них не позбавилися. На другому місці – речі, пов'язані з пам'яттю про батьків, бібусь, дідусів (44%). Кожен третій поціновує сімейні реліквії (ікони, вишиті сорочки, рушники тощо). Отже, речі, предмети, які вписані в сімейний наратив і слугують знаками, слідами минулих поколінь, підтримуючи міжгенераційні зв'язки, опитувані вважають найбільш значущими для них. Важливість сімейного архіву, сімейних реліквій актуалізується з віком, накопиченням досвіду, усвідомленням незворотності втрат близьких людей.

Серед жінок є дещо вищою частка тих, хто ніколи не позбавився б від сімейних фото, документів, реліквій. Жінки також частіше надають більшу вагу своїм особистим фото (48% порівняно із 36% серед чоловіків), листам/сувенірам, пов'язаним із коханою людиною (25% і 18%), дитячим речам та іграшкам (17% і 7%). Інші дослідження також підтверджують вищу роль жінок у зберіганні речової/культурної пам'яті родини [Cierad, 2010]. Можливо, «берегині домашнього вогнища» дійсно відчувають себе зобов'язаними зберігати і передавати родинну пам'ять, можливо, емоційність та емоційність «слабкої статі» відіграє свою роль. Іншим поясненням може бути те, що процес зберігання старовинних і пам'ятних речей (регулярне очищення від пилу і бруду, оформлення в альбоми тощо) частіше є сферою турботи жінок, що й підвищує їх прив'язаність, пробуджує емоції та спогади.

Взагалі-то, безпосередня трансмісія більшості речей з батьківського дому, зберігання їх як пам'яток про минуле на сьогодні є під сумнівом. Це стосується меблів, котрі не настільки зроблені якісно, щоб можна було їх передавати з покоління в покоління, інших

Таблиця 4.2.3

Гендерні і вікові відмінності щодо вибору речей,  
від яких ніколи б не позбавились, 2011, %

Речі	Загалом	Стать		Вікові групи		
		Жінки	Чоловіки	18–29	30–54	55+
Документи сімейного архіву, старі фото, листи	64,7	68,0	60,9	55,8	64,7	71,6
Речі, пов'язані з пам'яттю про Ваших батьків, бабусь, дідусів	44,2	47,5	40,4	35,3	43,6	51,3
Ваші особисті фотографії	42,3	47,7	36,3	42,4	44,3	39,9
Сімейні реліквії (ікони, вишиті сорочки, рушники тощо)	32,1	34,5	29,3	29,5	30,1	39,6
Листи, сувеніри, пов'язані з коханою людиною	21,3	24,5	17,7	28,8	20,6	17,3
Подарунки–сувеніри рідних, друзів	18,8	18,9	18,6	23,0	18,2	16,4
Ваші улюблені предмети одягу, взуття	16,5	17,8	15,0	20,5	16,1	14,7
Сувеніри, привезені з подорожей	12,7	13,4	11,8	14,4	13,0	10,0
Дитячі речі, іграшки	12,0	16,7	6,6	14,7	11,3	10,3
Предмети мебелі, старовинні годинники, швейні машини тощо	11,4	11,7	11,1	7,6	11,1	16,1
Книги, ілюстровані альбоми, комплекти старих журналів	11,0	10,9	11,1	5,8	11,1	15,8
Ваші колекції (марки, монети, моделі автомобілей тощо)	6,2	5,5	7,0	7,2	6,3	5,6
Магнітоли, радіоли, платівки, бобіни, аудіоплівки з улюбленими записами	4,3	3,1	5,5	3,6	4,1	4,4
Музичні інструменти	4,1	4,2	3,9	4,3	4,8	2,6
Старий автомобіль	3,3	1,9	5,0	3,2	3,2	3,5
<i>Інше</i>	1,6	0,9	2,3	2,5	1,5	1,2
<i>Важко відповісти</i>	13,8	10,2	17,9	17,3	15,2	9,4

*Джерело:* Моніторинг «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України.

домашніх речей і предметів інтер'єру, які виходять з моди, перестають бути функціональними й чекають на заміну (особливо у випадку технічних приладів). Масове виробництво товарів, формування «суспільства споживання» призводять до того, що цінність речей пов'язується з їх функціональністю, престижністю, новизною; їх легко можна і треба замінювати, бо весь час з'являються все нові і нові моделі – до того ж пов'язані з відомими і розрекламованими брендами, марками – які приходять на зміну старим (В. Голофаст).

На зміну приписуванню домашнім, родинним об'єктам певних культурних смислів і емоцій йдуть процеси відчуження від старих речей, зневажливого до них ставлення.

Як бачимо, навіть старі фото, документи сімейного архіву воліли б не зберігати 35% опитуваних, у випадку речей дідусів, бабусь ця частка зростає до 56%, сімейних реліквій – 68% (табл. 4.2.3). Треба враховувати, що спогади, які викликають певні речі, можуть бути й болісними, травматичними і тоді позбавлення від них можна трактувати як позитивне у психологічному сенсі явище. Можливо, не у всіх сім'ях взагалі збереглися подібні речі, враховуючи трагічну історію ХХ століття – війн, переселень, депортацій. Пояснення можуть бути різними у кожному конкретному випадку, але загалом можна говорити про необхідність розвитку культури пам'яті в суспільстві (зокрема, створення спеціальних фондів, архівів мемуарів, листів, фото звичайних людей та популяризацію таких практик пам'яті).

У деяких описах студентів дуже ясно подано відчуття дому як смислової конструкції, значущими елементами якої є речі: *«Дім – це не просто стіни, це певний організм, який складається з багатьох елементів – речей, які нас оточують, які ми накопичуємо протягом життя і розташовуємо їх в своєму домі, заповнюючи його простір з погляду своїх естетичних вподобань. Такими речами можуть бути книги, картини, фотографії, різні дрібнички, які дуже часто не використовуються за своїм функціональним призначенням, а також всі ті речі, яким ми надаємо певне значення, які мають місце не тільки в приміщенні, але й в нашому житті (В., ч., 20 р.)»*.

Пам'ять про місця часто пов'язана з практиками, які там відбувалися. Наприклад, практики святкування, практики сімейних обідів/вечерь, коли збирається вся родина: *«Для мене мій дім – це велика дружня родина, яка збирається разом за вечерею, це запах свіжої випічки, довгі та приємні розмови, теплі стосунки, чаювання за круглим столом» (І., ж., 21 р.)*.

Радість побудови нових відносин, утворення власної сім'ї підживлюють теплі відчуття від спогадів про рідний дім: *«Тепер для мене “мій дім” – те місце, де я живу зі своїм чоловіком, наше сімейне гніздечко. Проте мене завжди тягне туди, де пройшло дитинство – до батьківської хати. Мій дім – це відчуття власного простору, захищеності та надійності. Це місце, де відновлюються сили і те місце, де я ніколи не буду гостем» (Н., ж., 20 р.)»*.

Отже, емоційна прив'язаність до батьківського дому, ототожнення його з улюбленими і пам'ятними речами (кімната, крісло, ліжка), місцями, практиками (святкування, збирання родини у повному складі) – все це є складовими образу дому, як Дому минулого, так

і тими елементами, за допомогою яких відбувається перевинайдення/поновне конструювання дому надалі в житті.

**Дім теперішнього часу** — хоча б і той самий батьківський дім, часто асоціюється радше з відпочинком, спокоєм, захищеністю, можливістю усамітнитися, зі знайомим, звичним, рутинним порядком дій. «*Мій дім — моя фортеця*» — цей вираз мені дуже подобається. Дійсно, коли ти знаходишся в рідному домі, ти під захистом від небажаних поглядів та сторонніх впливів. Мати свій куточок у цьому світі — це чудово. Бувають моменти, коли ми жертуємо веселою вечіркою заради того, щоб просто побути вдома на самоті, відпочити від тягот буднів» (Ю., ж., 20 р.). Вираз «Мій дім — моя фортеця» досить часто зустрічається в описах. Захищеність, безпека, приватність, конфіденційність, треба думати, асоціюються з цією реченням. Сьогодні ці потреби в суспільстві стали ще актуальнішими: на питання моніторингу 2017 року «Які настрої, почуття, переживання найточніше описують, на Вашу думку, психологічну атмосферу в нашому суспільстві на сьогоднішній день?» варіант «незахищеність» обрали 39,5% опитуваних [Українське суспільство, 2017, с. 526].

Інші асоціації студентів, які виникають в ході осмислення нинішнього дому: спілкування з рідними, з домашніми улюбленими, а також перебування в оточенні улюблених речей (книги, інтернет, телевізор тощо). Це ласощі, улюблені страви/страви, приготовані улюбленими людьми. «*Для мене іменно пирожки — это дом. Вот. Все. Больше не существует никакого понятия. Ни столовая, ни ... Дом. И все. Понимаете. Дом*» (ФГ-4, ж., гум.).

Коли приватності не вистачає — як у випадку проживання у гуртожитку — її нестача відчувається ще гостріше: «*Чомусь інше уявлення про мій дім пов'язане з ліжком в моїй кімнаті гуртожитку №2. Оскільки там мешкає 8 чоловік в кімнаті, мабуть, особливе місце для кожного — це його ліжечко*» (В., ж., 20 р.).

Відвікання від батьківського дому і перехід до нового етапу життя, з новими друзями і улюбленими місцями відбувається не так просто й іноді осмислюється студентами як протиріччя (чи можна досить необлаштоване, з практичною відсутністю приватності місце проживання у ще незнайомому великому місті назвати «домом?»). «*На час навчання я проживаю в гуртожитку і, йдучи з пар, я говорю, “що йду додому”, коли телефонують батьки й питають, де я — кажу “вдома”, а вони перепитують “в гуртожитку?”, гуртожиток можна назвати домом, але не рідним*» (Н., ж., 20 р.).

Транзитивність нинішнього стану відчувається досить явно. Від спогадів про минуле і опису нинішньої ситуації можна вирізнити

перехід до образу **майбутнього дому** — яким має бути новий, власний дім, із новими мешканцями — членами власної родини. В наративах з'являються насамперед позитивні риси, які приписуються батьківському дому, образ дружньої, веселої, турботливої родини (справжній чи уявний) екстраполюється на майбутнє життя.

Іноді відчувається намагання «зупинити час» і нічого не змінювати, залишити все, таким як є: *«Кожен бачить свій дім по-різному, кожен прагне зробити таким свій дім, яким він його уявляє, але я хочу, щоб мій дім завжди залишався таким, яким він є на даний момент в моєму житті»* (Я., ч., 20 р.).

В образі майбутнього дому можна вирізнити такі смислові вектори:

— пов'язання з образом батьківського дому: *«В майбутньому я б хотіла мати свій власний дім, який був би схожий на будинок, в якому я виросла»* (І., ж., 20 р.). *«Вже скоро я матиму свій затишний будинок, вже інше оточення, інші яскраві вулиці та інший зміст навколишнього буде навколо мене. Я скажу: це мій дім. Та минуле, спогади про рідну домівку завжди будуть посідати в моєму житті важливе місце»* (В., ж., 20 р.).

— асоціації з образами реклами, зарубіжних і вітчизняних фільмів, які демонструють стиль життя забезпечених верств, вищого середнього класу: заміський будинок з присадибною ділянкою, оснащений побутовою технікою, зі всіма комунікаціями і системами опалення, з гаражами, басейном тощо — описана вище модель функціонального дому: *«Дім — добробут, статус, комфорт»*.

Елементи, які створюють бажаний настрій в домі, пов'язуються часто з матеріальними об'єктами. Затишок, затишна атмосфера — одні з домінуючих понять. Зручні дивани і крісла, камін, світлі шпалери, приємне освітлення, продумане планування кімнат, гарний вигляд з балкона, квіти у кімнатах і на подвір'ї тощо — ці складові дозволяють, на думку студентів, створити затишну, приємну атмосферу.

Зустрічається певне занепокоєння щодо неможливості зберегти порядок і чистоту в домі, акцентування цієї теми: *«Ідеальний дім завжди повинен бути чистий, щоб в ньому приємно було знаходитися... Обов'язково біля дому повинен бути охайний двір і невелике огороження... Біля дому повинні рости гарні квіти, можливо охайні кущі якихось квітів, також можна пару дерев»* (Я., ж., 20 р.). *«Всередині будинку усе повинно бути раціонально розставлено у певному порядку. Не повинно бути нічого лишнього, так як це лише псує порядок»* (І., ч., 20 р.).

Британська дослідниця Е. Шоув досліджувала проблему соціального конструювання поняття «чистота» [Shove, 2003]. Значний вплив на наші практики підтримання чистоти справляє реклама різноманітних миючих, пральних засобів, із яскравими зображеннями не-

обхідності постійної боротьби з «ворогом» – брудом. Механізм дії такої реклами аналізував свого часу Р. Барт [Барт, 1996, с. 82]. М. Дуглас трактує боротьбу з брудом у сучасних домах не лише як результат наших знань про наявність мікробів і засвоєння санітарно-гігієнічних норм, але і як всезагальне людське бажання впорядкування оточуючого середовища, боротьбу з хаосом і неструктурованістю навколишнього світу [Дуглас, 2009].

За обсягом в описах ідеального дому матеріальні елементи домінують. Але в структурі деяких текстів чітко простежується акцент на більш значущих елементах образу ідеального дому – близьких, коханих людях, членах родини (див. також: [Злобина, Бевзенко, 2012, с. 201]). Ці ствердження часто розміщуються наприкінці, у вигляді коди/підсумку: *«Але найголовніше у моєму будинку ідеальному – це моя щаслива сім'я!»* (І., ж., 19 р.). *«Щоб дім був ідеальним, треба щоб і люди в ньому були добрі, щирі і доброзичливі* (Я., ж., 20 р.).

Тобто дім у цьому випадку стає синонімом щасливої сім'ї, коханої людини, дітей. *Також ідеальний дім – це не лише речі та інтер'єр, хочу мати двох чудових діточок та чоловіка»* (Ю., ж., 20 р.). *«На подвір'ї повинен бути дитячий майданчик, а також місце, де можна пограти в цікаві ігри чи посидіти на пікніку»* (Я., ж., 20 р.).

Дім є місцем спілкування з гостями: в описах передбачено місце, де на випадок приїзду розмішуватимуться родичі, де саме в кімнатах і на подвір'ї сидитимуть гості. *«У дворі повинен бути басейн і альтанка, в якій можна літом буде приймати гостей»* (Д., ч., 20 р.). *«Дім має бути великим і просторим. В ньому повинно вистачати місця для великої кількості гостей»* (Р., ч., 20 р.). *«Обов'язково має бути камін у гостьовій кімнаті для приємного проведення часу з друзями, гостями»* (М., ж., 20 р.). *«Второй гараж может быть гостевым»* (В., ч., 27 р.).

Загалом образ бажаного майбутнього дому в описах студентів є ідеалізованим, у ньому панує комфорт, порядок, затишок, чистота, краса – Гармонія. Цей культурний ідеал утворення гармонійного середовища проживання супроводжується ідеалом Добра – щирих, люблячих стосунків мешканців цього дому, членів дружньої родини.

З приводу ідеальних відносин у родині отримуємо такі коментарі: *«Идеальных, наверное, не бывает»; «Кстати по этому поводу есть такая мысль, что люди вообще друг друга понимают не могут»; «Не нависати один на одного і не заважати...»; «Это еще время нахождения друг с другом, соответственно надоедание. Пространственное разное расположение, оно как-то...»; «...Если разбилась какая-то вазочка, ты не начинаешь грузить, что эта вазочка была смыслом моей жизни, чтобы человек оставался важнее»* (ФГ-3, ч., гум).



Разом із тим майбутню родину трактують і як джерело натхнення, коли «різність потенціалів» може створювати щось нове, цікаве й позитивне, а також як джерело сили, підтримки, взаємовиручки, надійності й стабільності у світі. Прикладом підтримки і любові часто слугують батьки, їх взірць відносин: *«И вот это вот такое, как знаете, что вот мама, которая сказала, что праздник 8 Марта — это не то, чтобы тебе цветы подарили, а чтобы папа встал и с утра приготовил завтрак. Вот такие вот мелочи, которые в глазах видишь, что вот в этих бытовых мелочах проявляется их любовь друг к другу»* (ФГ-4, ж.-гум.).

Дім як смислове утворення досить показово поєднує всі три смислові перспективи: предметно-просторову, часову, соціальну. У темпоральному вимірі його проекції конструюються зі спогадів про минуле, емоцій та відчуттів теперішньої ситуації та мрій і фантазій про майбутній дім. Ці спогади, емоції та відчуття часто опосередковані речами, які здатні невербальним чином втілювати та зберігати сенси, що їм приписані. Інформанти кваліфікують Дім як цілісність у разі збереження відчуття «Ми» і змінюють на нову конструкцію разом зі зміною особистої і сімейної ситуації, побудовою нової системи релевантностей, яка дозволяє розуміти членам родини один одного «без слів», підтримувати і довіряти. Ця «будівля» не з'являється на порожньому місці, а підкріплюється знанням взірців поведінки, стратегій вирішення проблем, засвоєних у рідному домі. Важливим є й потужний культурний «бекграунд», втілений в символічних структурах, кодах, наративах.

Узгодження відомих і нових, своїх та партнерських взірців, які часто є суперечливими, у разі облаштування нового дому, і особливо «сімейного гніздечка», є доволі складним завданням, здатним викликати сильні емоції, роздратування, конфлікти, особливо на перших етапах. Усвідомлення таких проблем може викликати передчасний острах, недовіру до життєздатності кохання, навіть відмову від побудови свого, нового дому. Але образ дому як місця, де тебе люблять і завжди чекають, де ти можеш почувати себе захищено, комфортно і незалежно, є культурним ідеалом, на який працюють як традиційна культура (прислів'я, казки, пісні тощо), так і популярна культура (романи, музика, реклама, телесеріали, тематичні телепередачі, спеціалізовані журнали тощо). Ці культурні коди, зокрема, й спонукають нові покоління конструювати в уяві та будувати в реальності нові будинки і квартири, перетворюючи їх на Дім.

### 4.3. Меми: коди мережево-цифрової культури

#### 4.3.1. Мережево-цифрова культура і практики участі

Останніми двома десятиліттями кардинально змінилося повсякденне життя мільйонів людей, їх можливості комунікацій, розваг, участі в культурі. Цифрові технології зробили рутинними звички спілкування за допомоги мобільних телефонів, смартфонів, планшетів і вбудованих у різні гаджети веб-додатків (соціальні мережі, *Viber*, *Skype* тощо), звички читання з *e*-пристроїв, фотографування будь-яких подій, запису відео, звуку, прослуховування музики чи перегляду фільмів. Суттєво змінилися можливості доступу до різноманітної інформації – в мережі можна знайти новини зі всього світу від різноманітних інформагенцій, завантажити на свій гаджет за кілька хвилин книгу чи статтю з цифрових бібліотек, побувати у віртуальній галереї, музеї, «прогулятися» онлайн за допомоги інтернет-програм у різних містах чи історичних місцевостях. Те саме стосується дигіталізації та накопичення на спеціальних сайтах музики, фільмів, арт-творів, ігор і створення потенційних можливостей користування ними в будь-який час і на дедалі більшій частині території, де є доступ до мережі [Скокова, 2016с; е; 2018м].

Важливим кроком у розвитку інтернет-технологій, як відомо, став Web 2.0. Швидка популяризація соціальних мереж, блогів, платформ обміну інформацією потенційно зробила з кожного користувача інтернетом продуцента новин, думок, розваг – у вигляді власних коментарів про різні події, особистих фото, посилань/лінків на різну інформацію, які стають доступними міні-аудиторіям – френдам, читачам стрічки в соціальній мережі чи особистому блозі. Аудиторії читачів, слухачів аматорських медіа можуть зростати, дорівнюючи і конкуруючи із обсягом аудиторій традиційних медіа. Для осмислення цих нових явищ з'являються поняття «*прод-юзер*» (англ. – *producer*), тобто «продуцент+юзер/користувач», *просьюмер* (продуцент+консьюмер/споживач), *мультипліканти* (англ. – *multipliers*), котрий скеровує й опрацьовує інформацію в нових версіях, часто розширючи її потенційні сенси і значення (Г. МакКракен).

Термін «*конвергентні медіа*» американського дослідника Генрі Дженкінса [Jenkins, 2006b] вказує на взаємозбагачення традиційних і нових медіа. Перші починають посилатися на інформацію з соціальних мереж чи персональних блогів у газетних статтях, новинних теле- і радіопередачах, створюють свої онлайн-сайти, оцифровуючи друковані версії; деякі традиційні газети, журнали, теле- і

радіоканали дигіталізуються і переміщуються в інтернет, деякі починають своє існування виключно з електронної форми. З іншого боку, нові медіа (блоги з високим рейтингом, сторінки в соціальних мережах) в окремих випадках набувають вищого статусу – за своєю популярністю, обсягом аудиторії вони починають конкурувати за увагу з традиційними медіа, а отже, можуть бути джерелами смислів і цінностей, альтернативних домінуючим.

Партиципаторна культура [Jenkins, 2006a], тобто культура активної (спів)участі як сукупність різноманітних і взаємопов'язаних культурних практик дедалі більшою мірою концентрується в цифровому середовищі, яке стає публічним простором для оприлюднення результатів аматорської діяльності індивідів і груп, функціонування онлайн-спільнот за інтересами, місцем дискусій *ad hoc* із приводу різноманітних проблем, у тому числі подій культурного життя. Артефактами цієї цифрової культури є *юзер-генерована інформація* (вербальні тексти, фото, відео), яка існує в електронній формі на основі використання комп'ютерів, мобільної телефонії.

Специфічні технологічні властивості інтернету (часто безкоштовні та «дружньо налаштовані» програми, спеціальні додатки для маніпуляцій із текстами, зображеннями, відео), сайти з покроковими вказівками щодо створення певних продуктів, онлайн-спільноти, де можна побачити приклади креативних практик, отримати пораду, відповідь на запитання тощо) полегшують і стимулюють аматорську активність навіть новачків – уподобання (like), коментарі, пости, оброблення і завантаження біографічних фото і відео, мультимедійні репортажі подій, майстер-класи (фото, відео) з приготування страв чи ремонту дивану тощо – стали буденними практиками мільйонів учасників соціальних мереж, авторів блогів/відеоблогів, тематичних онлайн-спільнот. Анонімні волонтери своїми мікроресурсами з оцифрування формують величезні бази дигітального контенту. В цій самій низці стоять проект Вікіпедії як сукупний результат активності авторів-волонтерів з усього світу і, наприклад, онлайн-спільноти фанів аніме в різних країнах (в тому числі, в Україні), які зосереджуються на перекладах субтитрів до нових фільмів рідною мовою. Отже, партиципаторна культура як сукупність соціально взаємопов'язаних практик активної участі в культурі знаходить вираз у нових (цифрових) формах експресії, циркуляції, соціабельності, розв'язання проблем тощо. За Дженкінсом [Jenkins, 2006a], специфіка партиципаторної культури полягає у відносно низьких бар'єрах залучення до художньої та публічної активності, значній взаємопідтримці у створенні і спільному використанні творінь, певного типу

неформальному наставництві, в результаті чого вміння і знання найдосвідченіших передаються новачкам. Бачимо, власне, в цьому визначенні ознаки формування *дозвіллевих спільнот* – на підставі спільних дискурсів, зацікавлень і практик, покрововим набуттям досвіду в обраній сфері в колі таких самих аматорів (Р. Стеббінс), *соціальних світів* (Г. Бекер), *ком'юніті практик* (Дж. Лейв, Е. Венгер), що організуються навколо спільного заняття, яке реалізується в колективній діяльності та взаємодопомозі.

Важливою ознакою аматорських креативних інтернет-практик вважають їх відхід від базування на цінностях ринкової економіки вартості та споживацтва і перехід до цінностей «економіки дару». Культура споживацтва з її мотиваціями фінансового успіху, володіння дедалі більшою кількістю товарів, акцентами на свободі, індивідуальному самовираженні та динамічності протистоїть економіці дару з її реципрокністю, комунальністю, репутаційною мотивацією, настановами ностальгії, традиції, континуальності, сентиментальності [Jenkins, Ford, Green, 2013, p. 6]. Ці аналітичні полюси допомагають описати мережеву культуру, її елементи – онлайн-ком'юніті, аматорські (просьюмерські) практики, витвори (артефакти).

#### 4.3.2. Інтернет-мемі у середовищі поширюваних медіа

Велетенське збільшення обсягів інформації – локально-глобального змісту – виносить проблему *конкуренції за увагу* в медіа-середовищі на перший план. Римований афоризм Г. Дженкінса розкриває сутність цієї проблеми: «*If it doesn't spread, it's dead*» («Якщо щось не розповсюджують, воно мертво»), який прийшов на зміну так само відомому виразу «Якщо тебе не показують у телевізорі, тебе не існує». Книга «Поширювані медіа» [Jenkins, Ford, Green, 2013] показує явище «*spreadability*» як нову властивість медіа захоплювати увагу аудиторії, що знаходить відповідну реалізацію в онлайн-практиках (діяннях&висловлюваннях): уподобати певне джерело (поставити *like*), дати посилання на нього, супроводити коментарем, розповсюдити далі серед своїх френдів і випадкових читачів блога/сторінки соцмереж/каналу в *Youtube* тощо [Jenkins, Ford, Green, 2013, р. 5]. Це утворює мультимедійне середовище, де розповсюджується інформація за принципом «від одного – до багатьох», що спричиняє як можливість її розтікання у просторі та захоплювання масових аудиторій, так і високу нішеву популярність серед вузьких аудиторій.

Зрозуміло, що цей розповсюджуваний контент може походити і від комерційних, і від нових медіа. Популярність того або того змісту (відео, музики, образу-картинки) в інтернет-середовищі, особливо на деяких платформах (зокрема, *Youtube*, *Instagram*), можна визначити за кількістю переглядів, прослуховувань, завантажуваль. Властивість контенту швидко поширюватися позначає і поняття «медіа-вірус» (Д. Рашкофф). Вірусними називають відео, які набувають популярності через процес інтернет-поширення на різних медіа платформах, наприклад, файлообмінні веб-сайти, соціальні мережі, e-mail. Як правило, ці кампанії сплановані в рамках «вірусного маркетингу». Така популярність недовговічна і ситуативна, тому що увага аудиторій переключається на інші «подразники» – нові події, нові твори – як глобальні, так і локальні. Інший подібний концепт – мем – упроваджений ще у 1970-і роки Річардом Докінзом для означення одиниці, первинного елемента культурної еволюції, який постійно конкурує з іншими мемами за реплікацію/повторення через проникнення і перебування у свідомості носіїв і постійної дифузії [Докінз, 1993]. Поняття мема та його комплексів – мемплексів – стосувалися різноманітних популярних ідей/ідеологій, гасел, приказок, моди, свят, навичок тощо, тобто текстів (у широкому сенсі) та практик. Дифузія мемів заснована на комбінації реплікації та варіативності. «Успішність», довговічність мема залежить від його здатності відтво-

рюватися в різних контекстах і гнучкого пристосування до мінливих середовищ, обставин, ситуацій. Для того, щоб образ Джоконди був упізнаваним у будь-якому куточку земної кулі, треба весь час інкорпорувати його в різні інформаційні та медійні продукти, змінювати модальність, включно з обігруванням і пародіюванням (рис. 4.3.1).

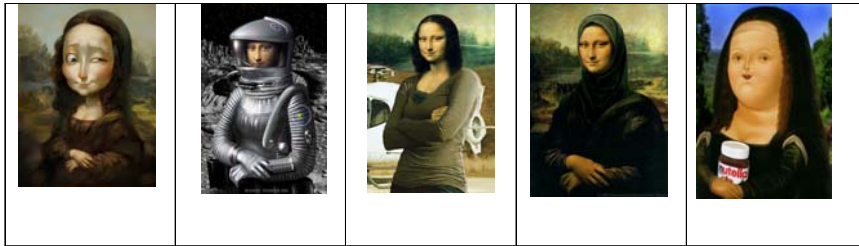


Рисунок 4.3.1. Варіації мема «Джоконда»

Джерело: сайт Pinterest

Поширення і циркуляцію мемів/вірусів часто трактували як такі, що відбуваються поза волею й усвідомленням споживачів і підвищують можливості впливу рекламістів, медіапродуцентів та інших впливових гравців інфопростору. Термін «поширювані медіа», на думку Дженкінса, підкреслює моменти *активності споживачів* (просьюмерів/прод-юзерів/мультиплікантів), котрі самі обирають, що передавати далі/реплікувати, враховують соціальні та культурні контексти, в яких циркулюють ідеї. Модель поширюваності передбачає не лише реплікацію/відтворення, а й переосмислення, переоцінювання і трансформацію медіазмісту, його локалізацію в зовсім інших контекстах і середовищах. Це відбувається за посередництвом соціальних мереж, онлайн-ком'юніті, членство в яких мотивує до такої активності через підтримку, схвалення, створення дружньої атмосфери, можливість виконання спільних міні-проектів. До того ж така активність (за умовчанням) не може бути закінчена: ніколи не відомо, в якому місці й у який час виникне бажання юзера поширити певну інформацію чи включитися у процес її модифікації та розповсюдження через свої кола спілкування.

**Інтернет-меми.** Генерування масивів нової інформації конвергентними медіа, підхоплення деяких мотивів, сюжетів, наративів та їх модифікація активними гравцями утворює величезні обсяги змісту мережево-цифрової, партиципативної культури, що ставить питання необхідності вирізнення певних її різновидів, сегментів і ключових практик. Одним із таких великих і динамічних сегментів

є інтернет-мемі — специфічний жанр пародій, реміксів, повторів, «приколів» як жартівливого, так і сатиричного, соціально-критичного характеру. Інтернет-мемі у вигляді коротких фраз, специфічних жаргонізмів мережевої субкультури, картинок, відео стають популярними разом із широким входженням інтернету в повсякдення і виконують різноманітні комунікативні, соціальні, культурні функції. Останніми роками їх функціонування приваблює дедалі більшу увагу як науковців, так і журналістів, рекламистів, маркетологів, політичних технологів [Найкращі мемі, 2015].

**Дефініції інтернет-мемів.** Деталізовані дефініції інтернет-мемів розробляє ізраїльська дослідниця Л. Шифман, авторка монографії та численних статей, та її колеги. Вона трактує інтернет-мемі як «(а) групи цифрових елементів, які поділяють спільні характеристики щодо змісту, форми і/або позиції (*stance*), які (б) були створені з усвідомленням існування один одного і (в) поширюються, імітуються і/або трансформуються в інтернеті багатьма користувачами» [Shifman, 2014, p. 41]. Бачимо вирізнення важливої характеристики цього феномену, а саме: існування мемів у просторі (медіа-ландшафт/мемскейп), мережі мемів, де появу «новачків» регулюють певні уявлення про інші мемі, знання щодо їх конструювання, правила їх розповсюдження і сприйняття, дискурси, що регулюють уявлення про норми і відхилення, реальне і уявне, звичайне і смішне тощо. У вивченні мемів за допомоги кількісних технік дослідники цього кола дещо коригують визначення *e*-мемів, вирізняючи наявність диференціовальної риси-сутності, яка пов'язує мемі в сімейства: «...це групи цифрових одиниць тексту, які створюють і розповсюджують багато учасників і які мають такі характерні риси: (а) спільна сутність (*quiddity*), яка є специфічною для кожного сімейства мемів і становить його сингулярну відмінність; (б) загальніші характеристики форми, змісту і позиції, що спираються на конвенції “мем-культури”» [Segev et al., 2015]. Вимір *змісту* стосується ідей і комплексів ідей, що їх транслюють мемі. *Форма* виявляється через вербальні, візуальні, аудіальні засоби, які використовують у створенні мема, його існування як фізичного артефакту. Вимір *позиції* стосується інформації, яку мемі транслюють про своїх авторів, свої комунікативні функції та імпліцитні настанови, що породжують їх створення (сатира, жарт, соціальна критика, політична мобілізація тощо).

Також мемі визначають, як мультимодальні тексти, що утворюються, циркулюють і трансформуються необмежено великою кількістю культурних учасників, широко і динамічно розповсюджуються через безліч колективів і мереж (Р. Мілнер). Важливо, на нашу думку, відзначити цей аспект мультимодальності в одному

сімействі мемів, тобто його наявність у різних формах, на різних інтернет-платформах і транслявання послань із різним змістом та інтенціями.

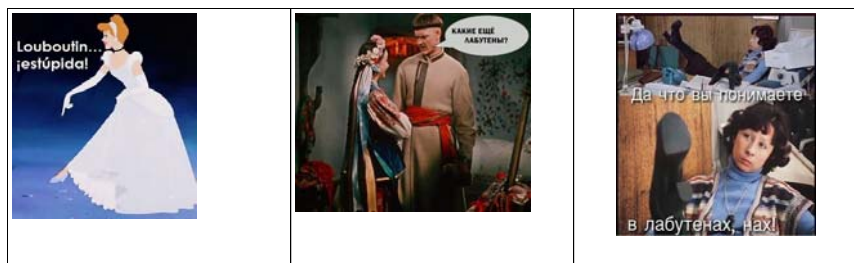
*Сімейство мемів – «лабутени»*. 2016 року одним із популярних сімейств мемів, пов'язаних із поп-культурою пострадянського простору, були групи кретативів на тему кліпу «Експонат» (в основі – пісня С. Шнурова і групи «Ленінград»). Кліп було опубліковано на *YouTube* 13 січня 2016 року, а вже на 12 червня він набрав велику кількість переглядів, загалом на 2016 рік – 78 мільйонів, посівши перше місце за популярністю переглядів у цьому сегменті мережі. Сюжет його починається з показу під час розмови по *Skype* бажання дівчини сподобатися хлопцю (для чого вона завищує статус своєї родини) і піти з ним на побачення, а потім, після радощів удакої містифікації, що супроводжуються неймовірними стрибками героїні та вигуками «Хто молодець? Я молодець!», дія зосереджується на складнощах підготовки до першого побачення (виманити у подруги (псевдо)лобутени як маркер супермодного взуття, вдягти дещо замалі суперджинси тощо). Впізнавані реалії, вдала акторська гра, цікаві фрази у кліпі та тексті пісні, енергійна мелодія зробили пісню і кліп популярними – за переглядами, супроводжувальними коментарями, рекомендаціями переглянути кліп у соціальних мережах, цитуванням ключових фраз і виробленням пародій на кліп.

До речі, дослідники відеомемів вирізняють кілька *фаз у житті інтернет-мемів* [Скокова, 2018m, с. 282]: поява вихідного змісту, наприклад, реальне (комерційне або аматорське) відео з піснею, виступом, висловлюваннями, подією або образ – репродукція, фото. Далі цей зміст привертає увагу певного автора і зазнає пародійної модифікації – наприклад, з'являється жартівливий/іронічний/саркастичний напис на картинці, сам зміст картинки може зазнати змін, або відбувається модифікація відео – вирізають певні кадри, перекомпонують, пришвидшують чи повторюють декілька разів тощо. Цей новий продукт інтернет-культури набуває (у разі вдалої відповідності настроям, смакам) популярності – його розповсюджують, обговорюють, цитують, рекомендують іншим. Він стає *емерджентним мемом*. Третій етап – за цим лекалом починають створювати нові копії, репродукції мема – з іншими героями, іншими написами/слоганами, які повторюють вихідну схему. Саме цей етап знаменує появу мема як такого – маркера значущих подій суспільного життя, групових соціокультурних орієнтацій, колективних ідентичностей.

У нашому прикладі з «лабутенами» досить важко віднайти такий емерджентний мем-пародію, який, за цією схемою, був би аматорським і викликав подальшу хвилю розповсюдження і міметичних



наслідувань. Для пісні «Експонат», яку до цього виконували зі сцени і записи транслювали в *YouTube*, на нашу думку, емерджентним мемом став комерційний відеокліп на пісню. Саме він набуває популярності і породжує енергію пародіювання, а також стимулює використання ключових фраз його шанувальниками, виготовлення за його сюжетом мемів-картинок (рис. 4.3.2).



**Рисунок 4.3.2.** (а, б, в). Варіації мема «Лабутени».

Джерело: сайт fishki.net.

Частина гумористичних картинок і коротких кліпів-коубів (зациклений фрагмент фільму, пісні тощо) звертаються до багажу світової, української, радянської поп-культури, наприклад, казки «Попелюшка», фільму за мотивами оповідання М. Гоголя «Ніч перед Різдвом», де фігурують черевички як ключовий елемент (рис. 4.3.2-а, б), інших фільмів із прийнятними гумористичними епізодами (наприклад, модні чобітки героїні Л. Ахеджакової у фільмі «Службовий роман» (рис. 4.3.2-в). Один із коубів побудований на використанні доречного фрагменту з фільму «Афоня», де головний герой танцює з дівчиною, зусиллями автора/«пересмішника», вже під мелодію пісні «Експонат» (приспів якої, до речі, існує в м'якому варіанті та варіанті з обсценною лексикою). Отже, мемі ще й тому стають популярними, що викликають жвавi асоціації у шанувальників і знавців культурного запасу – локально-глобального, його елементів, що увійшли до репрезентативної культури тієї чи тієї спільноти. Вони допомагають підтримувати зв'язок поколінь, а також вписувати реалії сьогодення в загальний історичний наратив. Наприклад, пісні 1970-х у фрагменті з фільму «Афоня» сучасна молодь сприймає як екзотику, цікавиться в коментарях на *Youtube* про назви оригінальних пісень, їх авторів і виконавців, однолітки того часу ностальгічно згадують спокійне життя в часи СРСР, а дехто, повернувшись від споминів до сучасних реалій, починає звинувачувати автора

пісень фільму А. Макаревича у зрадництві ідеалів тих часів через його критику нинішнього політичного режиму РФ.

Відеопародії на кліп «Експонат» зосереджуються переважно на обігруванні гендерних відносин. Це можуть бути ремікси з самодіяльними виконавцями, або героями виступають діти, ляльки; пародії-інверсії, де жінка і чоловік міняються місцями. Частина пародій має національний колорит – із залученням, наприклад, грузинів як головних героїв із грузинським акцентом у російськомовному тексті кліпу або з перекладом тексту пісні на іншу мову, зокрема, українську. Можливим є сатиричний переспів пісні з новими словами на певну мелодію («На БТРах, ах, и с русским миром в чердаках»). Так популярний текст поп-культури може перетворюватися у сатиричний памфлет на злобу дня.

Ключова фраза «Кто молодец?» стає фразою-мемом, про що свідчать хештеги (слова-маркери тем із хеш-символом #) на різних сайтах – *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* (останній дає відповідь на запит #ктомолодецямолодец – близько 16 тисяч постів). Загалом пошуковик *Google* на цей запит на червень 2016 року дав посилань на близько восьми тисяч сайтів. Ці хештеги супроводжують селфі «себе улюблених», фото-репортажі з цікавих або важливих для авторів соціальних мереж подій (отримання диплому, приготування страви, політ на дельтаплані тощо). Бачимо, що вихідний відео-кліп як *spreadable media* генерує *e*-меми декількох різновидів: крилата фраза «ктомолодецямолодец», яка відповідає правилам мережевої письмової субкультури писати разом слова; слівце «лабутен» як пародія на символи красивого життя вищих верств населення і навичок «наших людей» у разі необхідності їх виготовлення з підручних засобів (з чим легко впорався відомий персонаж поп-культури – Елочка з роману «Дванадцять стільців» І. Льфа і Є. Петрова й однойменних екранізацій у своєму змаганні з американською мільйонеркою); рефрен пісні «На лабутенах-ах и в восхитительных штанах», а також весь текст пісні і сюжет кліпу, який породжує ремікси, пародії, переклади, переспівування. Мультиmodalність, інтертекстуальність, бриколажність – риси постмодерної культури з її динамічністю, гнучкістю, швидкістю – присутні в цьому сімействі мемів, яке тримається разом на кількох гачках – ключових елементах.

**Мем як артефакт і як жанр.** Пропозиція розрізняти меми як артефакти (фізичні, когнітивні, культурні, соціальні), а також аналізувати їх як жанр комунікації походить в нашому випадку зі статті «Мем як жанр» [Wiggins, Bowers, 2015]. Справді, мем можна трактувати як дигітальний артефакт мережевої партиципаторної культури

з його існуванням у фізичній іпостасі (картинка, фраза, відеоролік) і в когнітивному вимірі — у свідомості учасників мем-ландшафту і у диференціації цифрового простору як багатошарового культурного поля на жанри, напрямки, стилі. На нашу думку, інтернет-мем є не просто культурним артефактом, а проявом саме репрезентативної культури — локальної, міжрегіональної, глобальної, він утілює ціннісно-сміслові її характеристики, ключові дискурси. Як указує автор концепту Ф. Тенбрук, «...репрезентативні уявлення культури продукуються не певними авторами, а найчастіше в напівпрозорій мережі культурної праці, нібито анонімно, але вони рідко стають жорсткими догмами і вченнями, цілком допускають варіанти, і є при цьому обов'язковими» [Тенбрук, 2013]. Як соціальний артефакт мемі є проявами соціальних відносин — гендерних, етнічних, расових, вікових тощо, які побутують у тому чи тому суспільстві. Як показує вищенаведений приклад, гендерні, статусні, міжнаціональні, етнічні відносини знайшли свій вираз у сімействі мемів «Лабутени».

Водночас інтернет-мемі можна розглядати як жанр актуального дискурсу, специфічний спосіб трансляції певних настанов, позицій, поглядів. Їх циркуляція в публічному просторі дає змогу практично кожному в будь-який момент підключитися до дискусії, підтримати її за допомоги ітерацій існуючих мемів або додати свої нюанси, модифікуючи вже існуючі взірці. Прикладом є мемі-номінативи («ватники», «укропи», «майдауни», «кримнаші» та ін.), які з початку російсько-українського збройного конфлікту стали поширеними концентрованими висловлюваннями, що у стислій формі несуть весь спектр емоцій і ознак, приписуваних уявним носіям цих груп. Їх активне використання в реальному житті та інтернет-дискусіях різного роду підключає учасника до актуальних дискурсивних порядків, підтримує соціокультурні ідентичності та розмежування [Язык политических мемов, 2014].

**Міметичні практики.** Інший важливий аспект — розуміння того, що мемі як такі є одним з елементів міметичних практик — у сенсі практик повтору певного змісту, його реплікації та модифікації, які базуються на *практичному і дискурсивному знанні* (ідеї, погляди, смисли), *технологічному оточенні* (комп'ютер, інтернет, програмні додатки, можливості Web 2.0 тощо). Практичні, габітуальні, фонові знання підказують нам, що таке жарт, пародія, ремікс, колаж, як їх конструюють і втілюють у певній формі, як їх можна вживати в інтеракціях, розповсюджувати в мережі і викликати бажані реакції: впізнавання, розуміння, схвалення. Дискурсивні знання говорять про те, що саме варте пародіювання, до яких цінностей і смислів

відсилає/відсилатиме наш меседж, коли ми «лайкаємо» і розповсюджуємо той або той мем у вигляді картинки чи відео, або самі залуцаємося до створення фотожаб, коубів, макросів, демотиваторів, відеопародій, відеореміксів (різновиди мемів). Новітні інформаційно-комп'ютерні технології, про що вже йшлося вище, зробили можливим залучення широких верств населення до цифрової комунікації та використання мемів як її медіаторів. Існують сайти, соціальні мережі, які спеціалізуються на креації, збереженні, розповсюдженні інтернет-мемів (Reddit, Tumblr, 4chan, Pinterest, memegenerator, imgflip, makeameme, risovach та інші). Міметичні практики (основані на логіці повтору) є сплавом діянь і висловлювань і мають перформативну природу. Цінності, емоції, правила – все це вбудовано в міметичну практику як колективний взірець поведінки. Не завжди треба вигадувати новий жарг, достатньо згадати відповідну фразу з улюбленого кінофільму, пісні, реклами, вбудувати її у відпо-відний контекст, прийнятну ситуацію – і ти пожартував! А також узяв участь у репродукуванні або розхитуванні субкультури включно з її владними, соціоструктурними, ієрархічними вимірами. Насправді, звісно, не так легко вдало жартувати/пародіювати, це потребує значної ерудиції, відчуття ситуації, культурної компетентності. Меми, зокрема, й інтернет-меми – прояви актуальної, динамічної, мінливої ситуації й одночасно прояв зв'язку з традицією, культурним надбанням попередніх часів. Пастіш, бриколаж, мешап, ремікс – усі ці маркери та інструменти постмодерної культури стали технічно і когнітивно доступнішими, вони розмивають межі між легітимним мистецтвом і поп-культурою, продуцентами ідей і творінь та їх споживачами, власниками товарів і прибутків з їх продажу й аматорами/ентузіастами дигітальної культури як постачальниками неоплачуваної праці, маніпуляторами і маніпульованими.

Підкреслення нових вимірів експлуатації в цифровому середовищі, відтворення і продукування за допомоги нових електронних засобів дигітальної і соціальної нерівності, розвиток мережових маніпулятивних технологій – інший напрям досліджень цифрової культури [Ritzer, 2015; Петренко, 2016; Нові медіа, 2017], який здатен врівноважити позитивний її образ як креативного середовища низової партиципації, чинника демократизації доступу до продуктів культури, накопичення в суспільстві соціального капіталу.

## ВИСНОВКИ

Проведений у монографії аналіз доводить актуальність вивчення морфології та динаміки культурних практик у різних сферах життя соціуму. Багатовимірний концепт «культурні практики» привертає увагу передовсім до того, що кожна практика в людському житті є культурною, соціальна дія є вписаною у специфічні форми життя, (суб)культурні середовища, в яких зростає людина і в яких опиняється впродовж життєвого шляху відповідно до зміни локацій і ситуацій. Людські дії та судження ґрунтовані генералізованими смислами, цінностями, дискурсами, актуалізованими для ситуацій і практик, у які залучені діячі, явно артикульованими правилами і фоновими практичними знаннями, мінливими емоціями і бажаннями, обдуманими проектами і цілями, задля яких відбувається дія. Рутини і рефлексія, наявні патерни дій і пошуки новацій, усталений перебіг життя і соціальні катастрофи – різні аспекти повсякденного існування так чи так передбачають залучення у практики. Виконання практик, своєю чергою, може бути (не)компетентним, імітативним, може приводити до інших результатів, відмінних від намірів діяча. Чому і як саме це відбувається, які критерії визначення сутності практики та її (не)компетентного виконання на різних рівнях існування соціуму – постають гострі питання в умовах структурних і культурних трансформацій, повсякденних кризових ситуацій, збройних, насильницьких конфліктів – тих станів турбулентності, в яких перебігає соціальне життя в сучасні часи. Для українського соціуму ці стани надзвичайності є відчутними в усіх сферах життя.

Напрямок культуральної соціології (Дж. Александер) обстоює необхідність вивчення смислового простору культури зі збереженням дисциплінарної ідентичності соціології. Критичний огляд традиційних підходів соціології культури, відшукування їх слабких місць стимулює розвиток дисципліни, оновлення взірців соціологічних досліджень культурних процесів і практик. Культуру вивчають як автономну сферу уявлюваного, сферу дискурсів, жанрів і наративів. Стає в нагоді концептуальний апарат семіотичних, перформативних, іконічних, матеріальних підходів – у фокусі уваги опиняється культурна прагматика – програвання, виконання, зображення, оснащення культурних практик-перформансів як проявів генералізованих смислів, механізми трансмісії ідей, засоби впливів на емоції, мотиви і дії адресантів. Культуральна соціологія вивчає не лише спеціалізовані культурні системи, такі як мистецтво, медіа, наука тощо, цей підхід є аналітичною перспективою в дослідженнях різних сфер соціуму.

Теоретики практик задіюють як ключові поняття «форми життя», «мовні ігри», «практичне знання» тощо. Праці провідних представників першого етапу теорії практик у соціології (П. Бурдьє, Е. Гідденс,

М. Фуко, Г. Гарфінкель та ін.) надають понятійно-категоріальний апарат для дослідження культурних практик у соціальному житті, специфіки їх побутування і розгортання – в різні історичні епохи, за різних часопросторових обставин, у мікросередовищах повсякденних взаємодій, у соціоструктурних, силових контекстах продукування і споживання культурних речей і об'єктів. Е. Гідденс наголошує на ролі практичної свідомості, рефлексивного моніторингу ситуації для безперешкодного перебігу дій. Структурні (культурні) правила, практична і дискурсивна свідомість, просторові та часові маршрути і «станції» повсякдення – всі ці елементи необхідно вивчати сукупно для розуміння соціальних практик.

Експлікація засад теорії практик за версією Т. Шацкі (представника другого етапу практико-теоретичних досліджень) надає нам можливості використовувати чітко структурований образ того, як дії/висловлювання (елементарна основа практик), відповідні тій чи тій практицистності, перетворюються на практику-перформанс (виконання). Організаторами практики є: а) практичне (втілене) знання, б) явні правила/інструкції, в) дискурсивні уявлення, г) мотиви, емоції, цілі, проекти. Практика є нормативною і лише компетентне її виконання відповідатиме очікуванням інших агентів, задіяних у ситуацію. Кожна практика потребує матеріального оснащення – неможливо навчитися плавати без водоймища, співати чи танцювати без репетицій, взірців для наслідування. Наявність і задіяність елементів-організаторів практики, їх узгодженість із матеріальними умовами, відповідним оснащенням збільшує вірогідність поширення практик, легкого і «непомітного» їх виконання.

Поширеність, узвичаєність одних практик зменшує шанси включення в інші (в різних соціокультурних і соціоструктурних середовищах). Про це пише П. Бурдьє, диспонуючи поняттями «смаки розкоші» та «смаки необхідності», практичний глузд, утілений досвід (габітус), капітали. Представники груп на вищих позиціях у системі соціальної стратифікації, як правило, вільно, «як риба у воді» почувують себе в музеї чи театрі, отримують задоволення від контактів із легітимними культурними продуктами, натомість інші обмежені в таких знаннях і досвіді. Бурдьє підкреслює структурну, класову ексклюзивність смаків і культурних (у тому числі мовних) практик, оскільки набування цих кодифікованих і легітимних знань, прищеплення смаку до них є щільно пов'язаним з обсягами і структурою капіталів родини, якістю освіти і витратами часу на неї, що в підсумку спричиняє відмінності соціальних шансів і соціальної мобільності, репродукцію соціальної та культурної нерівності.

Тестування принципу гомології соціальної та культурної стратифікації Бурдьє в соціології культури породжує напрямок-кластер (з ознаками інституціоналізації) емпірико-соціологічних досліджень культурних

практик у сучасних суспільствах. Уточнення цього принципу відбувається за допомоги тези гетерології культурної та соціальної стратифікації, а також понять «культурна всеїдність», «культурна мобільність», «дисонансні смаки», які узагальнюють існування в сучасному суспільстві груп із ширшим діапазоном смаків і практик, рухливість смаків у просторі культурних пропозицій. Наявність таких груп, проте, не скасовує вплив соціоструктурних чинників на форми і стилі участі в культурі, що підтверджують дослідники різних країн, у тому числі на основі використання багатовимірного аналізу даних репрезентативних опитувань.

Відбувається становлення постбурдєзійських напрямків досліджень культурних практик, зокрема, на основі нівелювання виміру соціальної нерівності та підкреслення впливу інших чинників і механізмів залучення у культурні реалізації. Ці підходи реконструюють прагматичну і реляційну природу культурної партиципації, її вписаність у тілесність, емоційність практикувальників, їхні настанови діяти, опосередковувальні й афордаційні (допустимі) якості матеріальних, non-human агентів (елементів) практик і оточення. Емпіричні дослідження базуються переважно на якісному аналізі даних різного походження (включених спостережень, фокус-груп, глибинних інтерв'ю, документів, відеофіксацій, інших свідчень). Постбурдєзійські підходи співіснують із практикоорієнтованими дослідженнями в річичі соціології культурного споживання, антропології й етнографії медіа тощо. Динаміка і траєкторія практик, їх часопросторові характеристики, матеріальне аранжування, вплив кожного з елементів-організаторів на тривалість і трансформативність практик — це коло питань науковці прояснюють на основі якісних досліджень. Зокрема, можна говорити про формування сегмента практикоорієнтованих етнографічних досліджень медіа в повсякденному житті в міждисциплінарних межах соціології, культурних студій, культурної антропології.

Отже, сучасні теоретико-соціологічні дослідження практик здійснюють у рамках різних підходів — культуральної соціології, версій теорії практик, включаючи постбурдєзійські дослідження. Відокремленість цих підходів, їх пов'язаність із національними соціологічними традиціями, акцентування тих чи тих аспектів участі в культурі спричиняє затребуваність проведеної експлікації ключових характеристик різних теоретичних конструкцій як підґрунтя для поліаспектного, багатовимірного, комплементарного бачення культурних реалізацій людей в сучасному суспільстві.

З'ясування специфіки вивчення культурних практик у рамках методологічних альтернатив (об'єктивістські, інтерпретативні, критичні підходи) показує переваги кожної та їх взаємодоповнюваність у досягненні багатогранного образу цієї предметної царини прикладних досліджень. Кількісні, порівняльні дані, отримувани за допомоги (моні-

торингових) репрезентативних опитувань, щоденникових досліджень, із часів їх ширшого застосування дозволяють відстежувати структуру і динаміку практик, місце їх у системі інших культурних і структурних показників, здійснювати діагностику культурної ситуації, аналіз перешкод реалізації права на участь громадян у культурі та дозвіллі, в тому числі в контексті крос-культурних порівнянь.

Різні продуценти статистичної та соціологічної інформації на національному рівні (державні та приватні, комерційні та неприбуткові, академічні та постакадемічні інституції) роблять свої внески в реконструкцію і репрезентацію образів культурної ситуації та її динаміки. Останніми десятиліттями відбувалося становлення і підвищення ефективності мережі наднаціональних інституцій, статистичних, соціологічних центрів, експертних груп і мереж, які збирають і акумулюють дані щодо поточних культурних станів і процесів у різних країнах. Вони опрацьовують і розповсюджують стандартизовані та гармонізовані методики збирання даних, зокрема з метою крос-культурних порівнянь, вимірювання впливу культури на сталий розвиток суспільства, уточнення взаємовпливів сфер культури і демократії. Евалюаційні, експертні висновки дедалі частіше базуються на використанні онлайн-інформації, Big Data щодо різних країн. Таким чином формуються паралельні національним інституціям дослідницькі й експертні структури оцінювання культурних політик у державах, які мають наднаціональний, глобальний характер, міжнародний вплив і авторитет. Можна стверджувати, що відбувається становлення кластеру культурної статистики як окремого напрямку дослідження культурних практик/культурних політик, який базується на поєднанні діяльності національних і наднаціональних інституцій із задіянням найсучасніших технологій збирання й оцінювання даних.

Інтерпретативний соціологічний аналіз, що задієює переважно якісні технології, дозволяє наблизитися до соціокультурних контекстів повсякденного розгортання культурних практик, їх колективних, конвенційних, емоційно-солідаристських аспектів. Дослідники вивчають роль ситуативних узгоджень і оцінювань у повсякденних символічних інтеракціях, значущість практичного, тілесного знання, формування культурного досвіду, простежують процесуальність становлення і змін культурних ідентичностей як результату залучення в культурні практики.

Проведений аналіз одного з варіантів підходу продукування/споживання культури (перспектива виробництва культури) показує, що застосування досягнень соціології організації, соціології професій, (нео)інституціональних підходів становить підґрунтя для врахування в дескриптивному аналізі культурних практик змін інституційних систем (включаючи право, ринкові конфігурації, умови побудови професійних кар'єр, специфіку попиту на продукти культури, технологічні новації тощо). Досвід аналізу соціальних чинників і механізмів



появи культурних продуктів на ринку пропозицій з урахуванням ситуативності та контингентності їх впливів може бути використаний для розроблення аналітичних моделей евалюації та прогнозування інституційних реформ у різних сферах і галузях культури в українському суспільстві, в аналізі функціонування закладів культури, освіти, культурних індустрій тощо.

Представники критичних підходів (на прикладі *cultural studies*) у прикладних дослідженнях розробляють методологію циркуляції культури – у практиках її повсякденного відтворення, продукування і кодування артефактів культури у професійних середовищах, інституційного її поширення, а також соціоструктурних і соціокультурних умов і механізмів сприйняття/декодування продуктів культури їх споживачами. Аналіз проблем соціальних нерівностей, асиметрій, ексклюзій, політичного контролю, а також розгляд можливостей опору політичному, економічному, культурному тиску є важливим надбанням культурних студій у різноманітті їх дисциплінарних і територіальних варіацій.

Для аналізу культурної ситуації в українському суспільстві використано обширну базу даних моніторингу культурних практик відділу культури і масової комунікації в межах моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України, дані державної статистики, інші джерела. Аналіз динаміки змін у сфері культурно-дозвілевих практик населення України за 1994–2017 роки дає можливість показати основні види культурних практик у структурі дозвілля та їх дисбаланси – домінування культурного споживання в домашньому просторі, незадіяння більшої частини населення до споживання культури і дозвілевих послуг у публічному просторі, низькі показники участі у творчих, а також фізично активних заняттях. Показано відтворення головних бар'єрів бажаного проведення дозвілля, участі в культурі (фінансова неспроможність, нестача вільного часу, стан здоров'я, незадовільна культурна інфраструктура), динаміку дефіцитів щодо задоволення культурних і рекреаційних потреб. На підставі спостережень 2007, 2013, 2017 років вирізняють три узагальнені культурно-дозвілеві стилі, які з певними модифікаціями репродукуються в часі, – модель «*univorous*» (54–67%) із низьким рівнем включення, одноманітним набором занять, модель «*raucivores*» (14–24%) – середній діапазон занять, середній рівень залученості; модель «*omnivorous*» (20–25%) – висока активність, широкий діапазон занять.

Аналіз даних моніторингу «Українське суспільство» останніх років демонструє спадні тренди щодо залучення до більшості культурно-дозвілевих занять, скорочення витрат на культурні потреби, наявність перешкод активнішому залученню до культури. Відтворюються структурні обумовленості культурної диференціації у вигляді матеріальних, поселенських, вікових нерівностей. Стан надзвичайності є стримуючим чинником залучення до культури і дозвілля значної частини гро-

мадян. Кожному другому з опитуваних не вистачає повноцінного дозвілля, ще більшій частині – можливості повноцінно проводити відпустку. Лише кожний п'ятий із респондентів може дозволити собі купувати книжки і журнали, подарунки, квитки на мистецькі, культурні події, четверта частина – задоволені насиченістю і змістом свого дозвілля. Решта населення обмежена у своїх витратах, у тому числі через матеріальні та інфраструктурні чинники. Потенційними стимулами культурної партиципації громадян можуть слугувати зростання важливості таких цінностей, як демократичний розвиток країни, вільне висловлювання особистих думок із політичних та інших питань, національно-культурне відродження, участь у діяльності партій і громадських організацій. Водночас культурна партиципація в публічному просторі – регулярне відвідування культурних заходів (вистав, кіносеансів, концертів, виставок), активна участь в організації та проведенні культурних заходів – є обмеженою. У такій ситуації можна говорити про посилення культурної поляризації в поточних умовах надзвичайності в українському соціумі, погіршення умов повноцінного задоволення прав громадян на відпочинок, участь у культурі, підтримку культурної ідентичності.

Особливості сучасного стану і динаміки залучення України до глобального інтернет-простору, становлення мережево-цифрової культури виявлено на основі зіставлення з даними міжнародних статистичних і соціологічних досліджень використання інтернету у світі. Принциповим зрушенням останнього десятиліття став перехід до ширшого використання мобільних портативних приладів з інтернет-під'єднанням, завдяки чому інтернет-простір перетворюється на повсякденне місцезнаходження сучасної людини. В Україні включення в мережево-цифрову культуру помітно зростає, але все ще відстає від рівня розвинених країн. Вільне спілкування, автономія, креативність звичайних людей, обмін інформацією і культурними благами, цифрова економіка дару – це ті позитиви, які притаманні мережево-цифровій культурі. Прояви смислів і змістів партиципаторної культури виявлено за допомоги аналізу практик створення, поширення інтернет-мемів, які розглянуто в ракурсі циркуляції дискурсивних жанрів, артефактів репрезентативної культури. Мережево-цифрова партиципація сприяє розмиванню усталених кордонів між легітимним мистецтвом і поп-культурою, продуцентами і споживачами, професіоналами й аматорами. Але існують і ризики для користувачів. Накопичення Big Data щодо вподобань, покупок, завантажень мільйонів юзерів у маркетингових, рекламних, політтехнологічних цілях, можливості відстеження «цифрових слідів» дедалі більшої кількості людей, накопичення компрометуючої інформації, переслідувань за висловлювання – це також реалії інформаційного суспільства і мережевої культури, які потребують вивчення та інституційно-правової нормативізації.

Аналіз смислового конструкту «Дому» як важливої сфери ініціювання соціальної дії показує, що його сприйняття поєднує три перспективи змісту – предметно-просторову, часову, соціальну. У темпоральному вимірі його проекції утворюються зі спогадів про минуле, емоцій і відчуттів теперішньої ситуації, уявлень про майбутній дім. Ці спогади, емоції та відчуття часто опосередковані речами, які здатні не вербально втілювати і зберігати сенси, що їм приписані. «Дім» кваліфікується як цілісність у разі збереження відчуття «Ми» і змінюється на нову конструкцію разом із змінами ситуації, вибудовуванням нових систем релевантностей, застосуванням режимів функціональності чи близькості відповідно до тих чи тих культурних кодів.

Аналіз динаміки мовної ситуації в українському суспільстві показує, що по дві третини опитуваних можуть вільно говорити, читати і писати українською/російською мовами. Міжособистісне спілкування насичене використанням обох мов, переходом на мову співрозмовника. Ситуація повсякденної двомовності, розширеного мовного репертуару свідчить про високий рівень мовного капіталу і мовної компетентності громадян України. Зіставлення динаміки інституційно забезпечених пропозицій у полях освіти, медіа, літератури і попиту у вигляді мовних орієнтацій, практик культурного споживання демонструє дисбаланси, які потребують зваженого коригування, інституційної промоції української мови у сферах освіти, різних галузях культури, популяризації україномовних культурних продуктів просвітницькими, культурницькими, медійними засобами.

Дослідження динаміки мовних практик щільно пов'язане з аналізом станів і динаміки міжкультурних, міжрегіональних відносин у країні, впливів культурної політики, динамікою міжкультурної компетентності, відкритості, толерантності. У зв'язку з базовим статусом мовних практик у культурному просторі соціуму вбачається доцільним організація подальшої співпраці різних аналітичних груп і центрів країни для вивчення методологічних проблем отримання, концентрації, повторного аналізу даних щодо змін мовної ситуації та міжкультурних відносин в Україні.

Дослідження культурної ситуації в сучасних суспільствах дозволяють показати стан, динаміку і змісти культурних практик, їх поширення і розмаїття в повсякденному житті спільнот і громадян, бар'єри і перешкоди для участі в культурі, надаючи актуальну інформацію для випрацювання соціальних і культурних політик. У глобальному світі з його пришвидшеним розвитком інформатизації, «економік знань», «економік послуг», участь у різноманітних формах культури є ресурсом нарощування культурної компетентності соціумів, потенціалом їх сталого та інклюзивного розвитку, джерелом солідарностей.

## ЛІТЕРАТУРА

Аза Л. А., Поддубный В. А., Ручка А. А. Ценностные ориентации рабочей молодежи. К.: Наукова думка, 1978. 203 с.

Аза Л. Етнoмoвнa диференціація в Україні: регіональні особливості. Культура – суспільство – особистість: навч. посібник. К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. С. 179–201.

Акулов М. Пізнавальні можливості моделі плаского світу в акторно-мережевій теорії // Соціальні виміри суспільства: зб. наукових праць. Вип. 8 (19). К.: Ін-т соціології НАН України, 2016. С. 101–111.

Александр Дж. Аналитические дебаты: понимание относительной автономии культуры // Социологическое обозрение. 2007. Т. 6 (1). С. 17–37.

Александр Дж. С. Демократическая борьба за власть: президентская кампания в США 2008 года // Вестник МГИМО-Университета. 2008. № 3. С. 73–80.

Александр Дж. Смыслы социальной жизни: культурсоциология. М.: Праксис, 2013. 640 с.

Александр Дж. Ч. Публічна ікона (Реферативний виклад) / А. Ба-нах // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2014. № 3. С. 140–147.

Александр Дж., Рид А. Социальная наука как чтение и перформанс: культурно-социологическое понимание эпистемологии // Социол. исследования. 2011. № 8. С. 3–17.

Арсеенко А., Малюк А., Толстых Н. Вызовы глобализации и Украина. К.: Ін-т соціології НАН України, 2011. 516 с.

Артюшина А.В. Социология науки и техники (sts): сетевой узел как трансформация лабораторной жизни // Социол. исследования. 2012. № 11. С. 35–52.

Бакіров В. С., Ручка А. О. Соціологія цінностей сьогодні // Проблеми розвитку соціологічної теорії: концептуалізація ціннісних змін у сучасному суспільстві. Матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (2 лист. 2012 р. м. Київ). К.: Логос, 2013. С. 5–17.

Балакірева О. М. (та ін.). Показники та соціальний контекст формування здоров'я підлітків: монографія / наук. ред. О. М. Балакірева. К.: ЮНІСЕФ, «ГО УІСД ім. О. Яременка», 2014. 156 с.

Барматова С. П. Становление информационного общества: попытка социологической рефлексии // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Вип. 57. Запоріжжя: Класичний приватний ун-т, 2013. С. 227–237.

Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 320 с.

Бахманн-Медик Д. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре. М.: НЛО, 2017. 504 с.

Башляр Г. Избранное: поэтика пространства. М.: РОССПЭН, 2004. 376 с.

Бевзенко Л. Мережеві практики як медіатор мікро- макрорівнів соціальної напруженості // Соціальні виміри суспільства: зб. наук. праць. Вип. 9 (20). К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. С. 285–297.

Бевзенко Л., Злобина Е. Образы успеха: опыт визуального исследования. К.: Ин-т социологии НАН Украины, 2012. 236 с.

Бельфиоре Э. Методологический вызов кросс-национального исследования: сравнение культурной политики в Британии и Италии // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7 (1). С. 89–116.

Беннетт О. Культурная политика в Соединенном Королевстве: крах мотивировок и конец традиции // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7 (1). С. 65–88.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Academia-Центр, Медиум, 1995. 334 с.

Бестерс-Дильгер Ю. Нація та мова після 1991 року: українська та російська в мовному конфлікті // Україна. Процеси націотворення. К.: К.І.С., 2011. С. 352–364.

Бёрк П. Что такое культуральная история? М.: Изд. дом ВШЭ, 2015. 240 с.

Бикбов А. Формирование взгляда социолога через критику очевидностей // Лемуар Р., Мерлье Д., Пэнто Л., Шампань П. Начала практической социологии. М.: Ин-т экспериментальной социологии, 2001. С. 294–363.

Бова А. А., Беленок О. А. Бюджет часу київського студентства (досвід соціологічного дослідження) // Український соціум. 2016. № 2. С. 8–18.

Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 2001. 222 с.

Бойко Н. Интернет-активность в современных украинских реалиях // Социологический альманах. 2015. Вып. 6. С. 534–542.

Бойко Н. Дигітальна нерівність // Стан сучасного українського суспільства: цивілізаційний вимір / О. Г. Злобіна, Н. В. Костенко, М. О. Шульга та ін.; за наук. ред. М. О. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. С. 55–71.

Болтански Л., Тевено Л. Критика и обоснование справедливости: очерки социологии градов. М.: Новое литературное обозрение, 2013. 576 с.

Бурдьё П. Практический смысл. СПб.: Алетейя; М.: Ин-т эксперим. социологии, 2001. 562 с.

Бурдьё П. Политическая онтология Мартина Хайдеггера. М.: Практик, 2003. 272 с.

Бурдьё П. Формы капитала // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 519–536.

Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005а. Т. 6 (3). С. 25–48.

Бурдьё П. О производстве и воспроизводстве легитимного языка // Отечественные записки. 2005б. № 2. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/o-proizvodstve-i-voisproizvodstve-legitimnogo-yazyka> (дата звернення: 05. 09. 2018).

Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб.: Алетейя, 2005с. 576 с.

Бурдьё П., Пассрон Ж.-К. Воспроизводство: элементы теории системы образования. М.: Просвещение, 2007. 272 с.

Бурдьё П., Болтански Л., Кастель Р. Общедоступное искусство. Опыт о социальном использовании фотографии. М.: Практик, 2014. 456 с.

Бурлачук В. Символ и власть. Роль символических структур в построении картины социального мира. К.: Ин-т социологии НАН Украины, 2002. 266 с.

Бурлачук В. Привид свободи. Доля демократичних інститутів в Україні // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2018. № 2. С. 185–203.

Вахштайн В.С. «Практика» vs. «фрейм»: альтернативные проекты исследования повседневного мира // Социологическое обозрение. 2008. № 1. С. 65–95.

Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 336 с.

Взгляд на аудиовизуальную индустрию Российской Федерации. Европейская аудиовизуальная обсерватория, Совет Европы. Страсбург, 2016. 44 с.

Витгенштейн Л. Философские работы. Часть 1. М.: Гнозис, 1994. 612 с.

Вишняк О. Мовна ситуація та статус мов в Україні: динаміка, проблеми, перспективи (соціологічний аналіз). К.: Ін-т соціології НАН України, 2009. 176 с.

Волков В. Практики, традиции и границы европейской интеграции // Социология: теория, методы, маркетинг. 1999. № 4. С. 29–38.

Волков В., Хархордин О. Теория практик. СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2008. 298 с.

Всемирный банк. Цифровые дивиденды. Доклад о мировом развитии. Вашингтон, округ Колумбия. Лицензия: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO, 2016. 56 с.

Вульф К. К генезису социального. Мимезис, перформативность, ритуал. СПб.: Интерсоцис, 2009. 164 с.

Гайдеггер М. Буття в околі речей // Возняк Т. Тексти та переклади. Х.: Фолю, 1998. С. 332–345.

Галузеві соціології в умовах глобальних змін і суспільних трансформацій: 36 наукових статей до 25-річчя кафедри галузевої соціології КНУ імені Т. Шевченка / упорядк. А. Петренко-Лисак, В. Чепак (вип. ред.). К.: Каравела, 2017. 308 с.

Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. СПб.: Питер, 2007. 335 с.

Гентшель Г., Целер П. Аспекти використання мов у центральних регіонах України // Социология: теория, методы, маркетинг. 2016. № 4. С. 142–163.

Гидденс Э. Структура как правила и ресурсы // Человек и общество. Хрестоматия / под ред. С.Макеева. К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1999. С. 77–84.

Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. М.: Академический проект, 2003. 528 с.

Гидденс Э. Последствия современности. М.: Праксис, 2011. 352 с.

Гинзбург К. Сыр и черви. Картина мира одного мельника, жившего в XVI в. М.: РОССПЭН, 2000. 272 с.

Гириц К. Интерпретация культур. М.: РОССПЭН, 2004. 560 с.

Головаха Е. Сравнительные социологические исследования в познании современных социальных феноменов // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2010. № 1–2. С. 26–30.

Головаха Е. Социология между художественным вымыслом и научным знанием // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2013. Вип. 1 (4). С. 5–8.

Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. 142 с.

Головаха Є., Горбачик А. Тенденції соціальних змін в Україні та Європі: за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005–2007–2009. К.: Ін-т соціології НАН України, 2010. 118 с.

Головаха Є., Горбачик А. Тенденції соціальних змін в Україні та Європі: за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005–2007–2009–2011. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012. 119 с.

Головаха Е. И., Панина Н. В. Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение социологического теста в массовых опросах. К.: Стилос, 1997. 64 с.

Головаха Є., Паніна Н. Моніторинг соціальних змін в українському суспільстві // Структурні виміри сучасного суспільства: навч. посібник / за ред. С. Макеєва. К. Ін-т соціології НАН України, 2006. С. 162–189.

Горбачик А., Любива Т., Нікітіна Т. Перевірка валідності та надійності шкали культурного інтелекту в Україні // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2015. № 1. С. 132–148.

Гордон Л. А., Клопов Э. В. Человек после работы: Социальные проблемы быта и вне рабочего времени: По материалам изучения бюджетов времени рабочих в крупных городах Европейской части СССР. М.: Наука, 1972. 256 с.

Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении. Х.: ФЛП Либуркина Л. М., 2009. 816 с.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000. 304 с.

Гофман Э. Ритуал взаимодействия. Очерки поведения лицом к лицу. М.: Смысл, 2009. 319 с.

Грабовский С. Как мы не стали частью «единого народа». Украинская городская культура 1960–1980-х: драматичная история. День. 2014, 14 февраля.

Грушин Б. Свободное время: Актуальные проблемы. М.: Мысль, 1967. 175 с.

Даниленко О. А. Язык конфликта в трансформирующемся обществе: от конструирования истории – к формированию социокультурных идентичностей. Вильнюс: ЕГУ, 2007. 404 с.

Девятко И. Ф. Социологические теории деятельности и практической рациональности. М.: Аванти плюс, 2003. 336 с.

Деланда М. Новая философия общества. Теория ассамбляжей и социальная сложность. 2018. URL: <https://syg.ma/@hylepress/vviedieniiek-knighie-manuelia-dielandy-novaia-filosofia-obschestva-tieoriia-assambliazhie-i-sotsialnaia-slozhnost> (дата звернення: 06. 09. 2018).

Делёз Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения. Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. 895 с.

Джонсон Р. Что же такое культурные исследования? // Логос. 2012. № 1 (85). С. 80–135.

Джонсон Р. Бойд. Культурная компетентность в Украине // Журнал европейской экономики. 2014. Т. 13 (3). С. 253–265.

Димаджио П. Пауэлл У. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях // Экономическая социология. 2010. Т. 11 (1). С. 34–56.

Динаміка користування інтернетом в Україні: травень 2017. Дослідження КМІС. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=705&page=1&t=5>. (дата звернення: 08. 07. 2017).

Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993. 318 с.

Дуглас М. Чистота и опасность: Анализ представлений об осквернении и табу. М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 286 с.

Дудина В. И. Социологическое знание в контексте эпистемологической легитимации: об автономии фактов к дисциплинарной автономии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Т. 6 (3). С. 40–54.

Дюркгайм Е. Первісні форми релігійного життя. Тотемна система в Австралії. К.: Юніверс, 2002. 423 с.

Евтух В. Полиэтничность как конструкт *modus vivendi* // Социология: теория, методы, маркетинг. 2014. № 4. С. 133–155.

Еліас Н. Процес цивілізації: Соціогенетичні і психогенетичні дослідження. К.: Альтернативи, 2003. 672 с.

Жорді П., Драгоевич С. Довідник з питань участі громадян у формуванні культурної політики європейських міст. К.: Центр розвитку «Демократія через культуру», 2007. 120 с.

Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту України у 2011 році. Статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2012. 92 с.

Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту України у 2015 році. Статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 94 с.

Заклади культури, мистецтва, фізичної культури і спорту України у 2016 році. Статистичний бюлетень. Державна служба статистики. К., 2017. 89 с.

Засоби масової інформації та книговидання в Україні у 2013 році. Статистичний бюлетень. Київ, 2014. 34 с.

Засоби масової інформації та книговидання в Україні у 2016 році. Статистичний бюлетень. Київ, 2017. 24 с.

Звіт «Дослідження читання книжок в Україні». 2014. URL <http://www.slideshare.net/gfkukraine/ss-39758804?related=1> (дата звернення: 05. 07. 2016).

Звіт за результатами кількісних і якісних досліджень чинної та потенційної аудиторії Національного музею мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків. К.: КМІС, 2013. URL: <http://www.museums.org.ua/news/34>. (дата звернення: 07. 07. 2016).

Зиммель Г. Избранное. Т. 2.: Созерцание жизни. М.: Юристъ, 1996. 607 с.



Злобіна О. Особистість як суб'єкт соціальних змін. К.: Ін-т соціології НАН України, 2004. 400 с.

Злобіна О. Соціальна напруженість: чинники формування та способи оцінки // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 4 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. С. 96–103.

Зоська Я. В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні. Запоріжжя: КПУ, 2011. 352 с.

Зубарев О. Східні духовні практики як форми тілесної культури особистості // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи, 2013. № 1045. С. 64–68.

Ионин Л. Г. Философия и методология эмпирической социологии. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. 367 с.

Индикаторы ЮНЕСКО: культура для развития. Методическое руководство, 2014. URL: [www.unesco.org/creativity/cdisign](http://www.unesco.org/creativity/cdisign) (дата звернення 04.02.2018).

Іваненко О. Соціальний захист сільського населення в умовах соціальної нестабільності // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 1 (15). К.: Ін-т соціології НАН України, 2014. С. 329–337.

Іванкова-Стецюк О. Церква у просторі міграцій: етнокультурні ресурси та соціоінтегративний потенціал релігійних спільнот українців. Львів: Ін-т народознавства НАН України; Комісія УГКЦ у справах мігрантів, 2012. 256 с.

Іванкова-Стецюк О.Б., Селешук Г.П. Соціально-економічні практики українських трудових мігрантів у вимірах соціокультурних орієнтацій: самоорганізація vs патерналізм // Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. 2013. Вип. 2 (1). С. 274–281.

Івашенко О. Новий інституціоналізм в економічній соціології: теоретичні підвалини дослідницьких можливостей // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2003. № 1. С. 60–70.

Індикатори ЮНЕСКО впливу культури на розвиток. Короткий аналітичний огляд щодо України. URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/.../Abr-lv\\_C&C\\_photo\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/.../Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf). (дата звернення: 05. 09. 2018).

Калашникова А. Произведение в поле искусства: ставка, капитал, габитус // Вестник МГУ. Сер.18. Социология и политология. 2017. Вип. 23 (1). С. 174–192.

Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2013. 656 с.

Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Изд. дом ВШЭ, 2016. 564 с.

Кириленко О. Інституціональні трансформації сучасного спорту. Рівне: Гедеон Прінт, 2011. 522 с.

Коваліско Н. Теорія практик, практики і дослідження стратифікаційних порядків // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2010. № 2. С. 49–63.

Коллінз Р. Четыре социологических традиции. М.: Территория будущего, 2009. 320 с.

Коллінз Р. Мікросоціологія релігії: колективні та індивідуальні релігійні практики // Спільне. 2014. № 8. URL: <https://commons.com.ua/uk/mikrosotsiologiya-religiyi/> (дата звернення 6. 04. 2018).

Кононов І. Культурні дискурси регіонів // Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посіб. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009. С. 297–319.

Королько В., Танчер В. Новые повороты в социологической теории // Социологическая теория сегодня. К.: Ин-т социологии, 1994. С. 110–131.

Костенко Н. Ценности и символы в массовой коммуникации. К.: Наукова думка, 1993. 130 с.

Костенко Н. Настичь реальное, когда медиа повсюду: онтологический интерес в культурных исследованиях и теории медиа // Социология: теория, методы, маркетинг. 2010. №.1. С. 3–15.

Костенко Н. Нові метафізики: соціологічний опис // Смысловая морфология социуму / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012. С. 13–38.

Костенко Н. Флуктуації телевізійних переважень // Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / за ред. д.е.н. В. Ворони, д.соц.н. М. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2013. С. 384–395.

Костенко Н. У стані «emergency»: культурні ефекти // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2016. № 4. С. 16–29.

Костенко Н. Епізоди наративу про культуру // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 4 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. С. 311–324.

Костенко Н., Скокова Л. Тестування шкали культурної компетентності (COS): українська аудиторія // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2012. № 4. С. 159–193.

Красновський О., Харченко Н. Жажливо і прекрасно: онлайн-дослідження в Україні // Маркетинг в Україні. 2012. №. С. 14–21.

Культурная деятельность. Опыт социологического исследования / отв. ред. Л. Н. Коган. М.: Наука, 1981. 240 с.

Культурна політика в Україні: аналіт. огляд / ред.-упоряд. О. Гриценко; Укр. центр культур. дослідж. М-ва культури і туризму України. К.: УЦКД, 2007. 160 с.

Культурні практики і культурна політика. Аналітична доповідь [А. Ермолаєв, О. Левцун, О. Мельничук, В. Щербина]. К.: Центр соціальних досліджень «Софія», 2012. 163 с.

Куракин Д. Ю. Ускользящее сакральное: проблема амбивалентности сакрального и ее значение для «сильной программы» культурсоциологии // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10 (3). С. 41–70.

Куренной В. Исследовательская и политическая программа культурных исследований // Логос. 2012. № 1 (85). С.14–79.

Кутуев П. В. Модерн, модернізація та розвиток: ідеї та практики. К.: Талком, 2015. 467 с.

Куценко О. Статус культурных неравенств в современной социологии // Новые социальные неравенства / под ред. С. Макеева. К.: Ин-т социологии НАН Украины, 2006. С. 43–72.

Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. К.: К.І.С., 2002. 264 с.

Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 384 с.

Ленчовский Р., Паниотто В., Хмелько В. К соединению смыслов и чисел в отображениях социальной реальности (из опыта поиска путей) // Соціологічна культура: числа і смисли. Матеріали Міжнар. соціол. читань пам'яті Н. В. Паніної / за наук. ред. Є. І. Головахи та О. Г. Стегнія. К.: Ін-т соціології НАН України, 2011. С. 25–53.

Ло Дж. После метода: беспорядок и социальная наука. М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. 352 с.

Лукашевич М. П., Туленков М. В., Яковенко Ю. І. Соціологія. Основи загальної, спеціальних і галузевих теорій. К.: Каравела, 2017. 544 с.

Лычковская О. Р. Феномен «поделиться информацией» как современная коммуникативная практика социальных медиа: социальные, психологические и риторические функции // Вісник Одеського національного ун-ту. Соціологія і політичні науки. 2015. Т. 20 (1). С. 33–39.

Лютий Т., Ярш О. Культура масова і популярна: теорії та практики. К.: Ін-т філософії НАН України, 2007. 124 с.

Макеєв С. Сміслові порядки інтелектуальних практик // Сміслова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012. С. 124–151.

Макеєв С., Домаранська А. Стратифіковано-диференційована структура міського населення України // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2014. № 4. С. 42–65.

Макеєв С., Патракова А. Регіональна специфікація етнокультурних відмінностей в Україні // Культура – суспільство – особистість: навч. посібник. К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. С. 153–178.

Малес Л. Вивчаючи тексти культури: соціокультурний аналіз як пізнавальна стратегія соціології. К.: К.І.С., 2011. 325 с.

Мартынюк И., Соболева Н. Символическая социальная реальность: методологические подходы и практический опыт изучения // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. № 3. С. 126–146.

Массовая информация и общественное мнение молодежи / В. Л. Оссовский, Н. В. Костенко, В. А. Матусевич, Е. И. Головаха и др.; отв. ред. В. Л. Оссовский. АН УССР, Ин-т философии. К.: Наукова думка, 1990. 288 с.

Матусевич Е. В. Вкусная культура. Социология: Энциклопедия / Сост. А. Грицанов, В. Абушенко и др. Мн.: Книжный дом, 2003. 1312 с.

Массовая культура: современные западные исследования. М.: Прагматика культуры, 2005. 330 с.

Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008. 356 с.

Методологія і методи соціологічних досліджень в Україні: історія та сучасні проблеми. До 70-річчя Володимира Паніотто / за наук. ред. В. С. Бакірова та Є. І. Головахи. Зб. статей за матеріалами конф. (22 січня 2017 року, м. Київ). К.: Ін-т соціології НАН України, ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 208 с.

Мишель Фуко и Россия. Сб. статей / под ред. О. Хархордина. СПб.; М.: Европейский ун-т в Санкт-Петербурге: Летний сад, 2001. 349 с.

Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. 440 с.

Мова і символічне насильство. Інтерв'ю Лоїка Вакана з П'єром Бурдьє // Спільне. 2011. URL: <http://commons.com.ua/mova-i-simvolichne-nasilstvo/#more-9946>. (дата звернення: 18. 08. 2018).

Мовна ситуація в Україні: між конфліктом і консенсусом. К.: ІпіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 398 с.

Мовний склад населення України. URL: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/language/> (дата звернення: 02. 03. 2015).

Мол А. Множественное тело: онтология в медицинской практике. Пермь: Гиле Пресс, 2017. 254 с.

Молодь України – 2017. Результати соціологічного дослідження. Тернопіль: Терно-граф, 2017. 72 с.

Мониторинг эстонского общества 2015 / Р. Ветик и др. URL: <http://www.kul.ee/ru/rezultaty-integracionnogo-monitoringa-estonskogo-obshchestva> (дата звернення: 05. 04. 2018).

Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии. М.: КДУ, 2011. 416 с.

Мукерджи Ч., Шадсон М. Новый взгляд на поп-культуру // Полигнозис. 2000. № 2–3. URL: <http://www.polygnosis.ru/default.asp?num=6&num2=401> (дата звернення: 11. 09. 2018).

Найкращі мему 2015 року. URL: <http://ua.korrespondent.net/world/3609059-khity-internetu-naikraschi-memy-2015-roku> (дата звернення: 15. 09. 2016).

Наумова М. Сенси медіального // Смыслова морфология социума / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012. С. 175–199.

Наумова М. Українці в соціальних медіа: популярні платформи та активності // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 4 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. С. 400–413.

Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір / В. М. Судакова, М. Ю. Наумова та ін. К.: Ін-т культурології НАН України, 2017. 352 с.

Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання. Тези доповідей учасників III Конгресу Соціологічної асоціації України (12–13 жовтня 2017 року, м. Харків). Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017. 516 с.

Общество без доверия / под ред. Е. Головахи, Н. Костенко, С. Макеєва. К.: Ін-т соціології НАН України, 2014. 338 с.

Онлайн-аудитория и самые популярные сайты в Украине за июль. 18.08.2016. URL: <http://www.gemius.com.ua/novosti-agentstv/onlajn-auditorija-i-samye-populjarnye-sajty-v-ukraine-za-ijul.html>. (дата звернення: 04.08.2016).

Особливості ідентичності громадян України, проблеми та перспективи консолідації суспільства. Звіт за результатами соціологічного дослідження // Національна безпека та оборона. 2016. № 7–8. С. 3–74.

Остин Дж. Л. Избранное. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. 332 с.

Отрешко Н. Б. Трансформация эпистемологических оснований социологии: субъект, метод познания, картина социального мира. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009. 268 с.

Панина Н. В., Головаха Е. И. Национальная толерантность и идентичность в Украине: опыт применения шкалы социальной дистанции в мониторинговом социологическом исследовании // Социологический журнал. 2006. № 3–4. С. 102–126.

Панина Н. В. Избранные труды по социологии: В трех томах. Т. II. Теория, методы и результаты социологического исследования образа жизни, психологического состояния и социального самочувствия населения / сост. и ред. Е. И. Головахи. К.: Факт, 2008. 312 с.

Паніотто В. Динаміка ксенофобії і антисемітизму в Україні (1994–2007) // Соціологія: теорія методи, маркетинг. 2008. № 1. С. 197–214.

Парашевін М. Релігія в Україні: траєкторія інституційних змін. К.: Ін-т соціології НАН України. 362 с.

Петренко О. С. Інтернет-комунікація як чинник трансформації суспільної свідомості в умовах гібридної війни в Україні // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». Харків, 2016. Вип. 37. С. 194–203.

Пилипенко В.Є. Українська соціологія сьогодні: дослідження основних сфер життєдіяльності суспільства. Львів: ЗУКЦ, 2012. 326 с.

Пилипенко В., Вишняк О., Куценко О. та ін. Спеціальні та галузеві соціології: навч. посібник. К.: Каравела, 2003. 304 с.

Піронкова О. Технології стигматизації та інклюзії як альтернативні соціальні практики взаємодії з психічнохворими в сучасному суспільстві. Х.: Око, 2016. 400 с.

Победа Н. А. Социология культуры. Одесса: Астропринт, 1997. 223 с.

Пресс-релиз КМИС. Динамика пользования интернета в Украине: февраль – март 2016. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=621&page=2>. (дата звернення: 6. 07. 2016).

Прибиткова І. Україна в регіонально-громадянському та національно-мовному вимірі за доби змін // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 1 (15). К.: Ін-т соціології НАН України, 2014. С.196–210.

Проблеми розвитку соціологічної теорії: концептуалізація ціннісних змін у сучасному суспільстві / під заг. ред. В. І. Судакова, О. Д. Куценко. Матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (2 лист. 2012 р., м. Київ). К.: Логос, 2013. 217 с.

Про ратифікацію Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2010. № 9. Стаття 91.

Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социол. исследования. 2005. № 1. С. 5–8.

Резнік В. Когнітивні та символічні чинники легітимації соціального порядку: феноменологічна концептуалізація // Соціальні виміри суспільства: зб. наук. праць. Вип. 7 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. С. 191–203.

Резнік О. Громадянські практики в перехідному суспільстві: чинники, суб'єкти, способи реалізації. К.: Ін-т соціології НАН України, 2011. 336 с.

Рисмухамедов И. А. Анализ идеологии как стратегия исследования средств массовой коммуникации и популярной культуры в современном неомарксизме. Проблемы теоретической социологии. Вып. 4. СПб.: Изд-во С-Петербургского ун-та, 2003. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/18535356/> (дата звернення 12. 05. 2018).

Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб.: Питер, 2002. 688 с.

Роулз Э. Дюркгеймовская трактовка практики: альтернатива конкретных практик и представлений как оснований разума // Социологическое обозрение. 2005. Т. 4 (1). С. 3–30.

Ручка А. А. Ценностный подход в системе социологического знания. К.: Наукова думка, 1987. 154 с.

Ручка А. «Свої» та «чужі» в багатоскладовому суспільстві // Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2002. С. 156–164.

Ручка А. Культура // Соціологія: навч. посібник / за ред. С. Макеєва. К.: Т-во «Знання», КОО, 2008а. С.106–138.

Ручка А. Медіа і глобальна культура: контекст сучасності // Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008b. С. 133–152.

Ручка А. Цінності та ціннісна зміна в соціологічній перспективі // Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. С. 41–75.

Ручка А., Наумова М. Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України за період 1991-2016 // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 3 (17). К.: Ін-т соціології НАН України, 2016. С. 57–67.

Ручка А., Скокова Л. Ціннісні пріоритети та культурні практики вікових груп // Субкультурна варіативність українського соціуму / за ред. А. Ручки, Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАНУ, 2010. С. 51–69.

Ручка А., Скокова Л. Культурний капітал та його реалізація в сучасному українському соціумі // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія. Зб. наук. праць. 2012. Вип. 3. С. 114–122.

Ручка А., Скокова Л. Флоріан Знанецький // Теоретики світової соціології: життя та творчий спадок (Путівник портретною галереєю Інституту соціології НАН України); за ред. акад. НАН України, проф. д.е.н. В.Ворони. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. С. 121–129.

Світовий банк, 2016. URL: <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2>. (дата звернення: 07. 09. 2016).

Семашко О. М. Соціологія мистецтва: Навч. посібник. К.: Міленіум, 2004. 300 с.

Серєда В. Особливості репрезентації національно-історичних ідентичностей в офіційному дискурсі президентів України і Росії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2006. № 3. С.191–212.

Серто М. де. Изобретение повседневности. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. 330 с.

Симонова О.А. Пути реализации «сильной программы» в культурной социологии Дж. Александера: концепция иконического сознания и иконического опыта // Социологический ежегодник – 2010: Сб. науч. тр. М.: РАН. ИНИОН, 2010. С. 137–165.

Симончук О. В. Повсякденне життя // Соціологія: навч. посібник / за ред. С. О. Макеєва. К.: Знання, КОО, 2008. С. 332–384.

Симончук О. Тематичні кластери сучасного класового аналізу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2016. № 2. С. 3–25.

Система статистики культури ЮНЕСКО – 2009 (ССК). Русскоязычная версия. Монреаль: Институт статистики ЮНЕСКО, 2010. 97 с.

Скокова Л. Виміри відкритості сучасного українського суспільства // Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2002а. С.165–180.

Скокова Л. Актуальні культурні практики населення України // Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2002b. С. 259–289.

Скокова Л. Г. Наративний аналіз у дослідженні соціокультурних процесів українського суспільства // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства / за ред. д. соц. н. М. О. Шульги, д. ек. н. В. М. Ворони. Наукові доповіді III Всеукр. соціол. конф. (18 квітня 2003 р., м. Київ). К.: Ін-т соціології НАН України, 2003. С. 476–479.

Скокова Л. Г. Поселенська диференціація культурно-дозвіллевих практик населення України // Clovek a spoločnosť. 2004. Ročník 7. Číslo 2. URL: <http://www.saske.sk/cas/archiv/2-2004/skokova.html>

Скокова Л. Культурно-дозвіллеві практики як предметна царина сучасної соціології // Культура – суспільство – особистість: навч. посібник / за ред. Л. Скокової. К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. С. 275–313.

Скокова Л. Культурні уподобання молодіжної аудиторії // Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008а. С. 178–205.

Скокова Л. Соціокультурні особливості користувачів Інтернету в Україні // Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008b. С. 240–261.

Скокова Л. Г. Культурно-дозвіллеві практики в контексті соціально-професійної диференціації // Нова соціокультурна реальність в Україні: теорія, методологія, практика: зб. матеріалів Всеукр. наук. конф. (22–23 квітня 2008 року, м. Київ). К.: ДАКККІМ, 2008с. С. 264–268.

Скокова Л. Г. Культурні практики молодіжної аудиторії медіа // Культура в сучасному українському суспільстві: стан та проблеми. Зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (6–7 червня 2008 року, м. Київ). К.: КНУКІМ, 2008d. С. 178–186.

Скокова Л. Г. Регіональні диференціації культурних пріоритетів і практик населення України // Культура України: цілісність у регіональній різноманітності. Зб. матеріалів Всеукраїнської наук.-практ. конф. (19 листопада 2008 р., м. Київ). К.: ДАКККІМ, 2008е. С. 63–77.

Скокова Л. Якісні дослідження в сучасній соціології // Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009а. С. 27–47.

Скокова Л. Технології розуміння в інтерпретативній парадигмі // Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009b. С. 48–76.

Скокова Л. Матеріальна диференціація і культурне споживання в Україні // Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін / за ред. д. екон. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009с. С. 312–318.

Скокова Л. Культурні преференції регіонів // Субкультурна варіативність українського соціуму / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2010а. С. 146–174.

Скокова Л. Г. Продукування смислів у практиках святкування // Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг / за ред. д. екон. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2010b. С. 339–349.

Скокова Л. Культуральна соціологія: в пошуках смислів соціального життя // Смилова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012а. С. 59–88.

Скокова Л. Дім: реалії і проєкції // Смилова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012b. С. 313–354.

Скокова Л. Відмінності культурного споживання у різних типах поселень // Українське суспільство 1992–2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / за ред. д. екон. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012с. С. 455–465.

Скокова Л. Залученість населення України до практик споживання музики // Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / за ред. д. екон. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2013а. С. 401–410.

Скокова Л. Г. Гомогенізація культурних смаків в контексті глобалізації: регіональний вимір // Варіації модерну та модернізації: український соціум в контексті глобальних процесів / укладач П. В. Кутуєв. Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. (28–29 листопада 2013 року, м. Київ). К.: Талком, 2013b. С. 134–135.

Скокова Л. Практики читання в умовах інформатизації повсякденного середовища // Український інформаційний простір: наук. журнал. Число 1. У 2 ч. Ч. 2. К.: КНУКіМ, 2013с. № 1. С. 177–182.

Скокова Л. Г. Современные исследования культурных практик в контексте социальной и культурной стратификации // Социологический альманах. 2014а. Вип. 5. С. 232–243.

Скокова Л. Особливості поточних інформаційно-культурних потреб населення України // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 1 (15). К.: Ін-т соціології НАН України, 2014b. С. 450–458.

Скокова Л. Г. Структурні обмеження культурно-дозвіллевих практик // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: зб. наук. праць. К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2014с. № 4 (25). С. 85–93.

Скокова Л. Г. Регіональні особливості мовних практик у конфліктному соціумі // Великі війни, великі трансформації: історична соціологія 20-го століття, 1914–2014 / укладачі А. А. Мельниченко, П. В. Кутуєв,



А. О. Мігалуш. Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. (27–28 листопада 2014 р., м. Київ). К.: Політехніка, 2014d. С. 131–132.

Скокова Л. Габітус і плюральність диспозицій: версія культурних практик Бернара Лаіра // Соціальні виміри суспільства: зб. наукових праць. Вип. 7 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2015a. С. 275–298.

Скокова Л. Сучасні дослідження культурних практик: гомологія vs гетерологія // Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015b. С. 76–111.

Скокова Л. Культурно-дозвілєві практики населення: зрушення останніх десятиліть // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2015c. № 4. С. 72–99.

Скокова Л. Зрушення в сфері культурних практик // Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015d. С. 225–267.

Скокова Л. Мовний аспект практик культурного споживання // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 2 (16). К.: Ін-т соціології НАН України, 2015e. С. 406–417.

Скокова Л. Г. Спільноти культурно-дозвілєвих практик: солідарність чи закритість? // Проблеми розвитку соціологічної теорії: Теорії солідарності та конфлікту в поясненні сучасних суспільних процесів / за ред. О. Д. Куценко, В. І. Судакова. Матеріали X Всеукр. наук.-практ. конф. (21–22 травня 2015 року, м. Київ). К.: Логос, 2015f. С. 112–115.

Скокова Л. Г. Культурні політики: експліцитні vs. імпліцитні // Держава та глобальні соціальні зміни: історична соціологія панування та спротиву в епоху модерну / укладачі А. А. Мельниченко, П. В. Кутуєв, А. О. Мігалуш. Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2015 р., м. Київ). К.: Талком, 2015g. С. 87–88.

Скокова Л. Культурні практики і культурні політики: сучасна дослідницька інфраструктура // Соціальні виміри суспільства: зб. наукових праць. Вип. 8 (19). К.: Ін-т соціології НАН України, 2016a. С. 287–308.

Скокова Л. Мережево-цифрове середовище і культурна партиципація населення України // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 3 (17). К.: Ін-т соціології НАН України, 2016b. С. 244–255.

Скокова Л. Г. Інтернет-меми, spreadable media і цифрова культурна партиципація // Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Соціологічні науки. 2016c. № 5 (302). С. 218–230.

Скокова Л. Поступ у сфері компаративних досліджень культурних практик і політик // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Порівняльні дослідження: Виклики соціологічній теорії та практиці / під заг. ред. О. Д. Куценко, А. П. Горбачика, А. О. Петренко-Лисак, М.В.-С. Сидорова. Матеріали XIII Всеукр. наук.-практ. конф. (19–20 травня 2016 р., м. Київ). К.: Логос, 2016d. С. 126–128.

Скокова Л. Г. Spreadable media і цифрова культурна партиципація // Історична соціологія цивілізацій: модерн поміж демократією та нерівністю / укладачі А. А. Мельниченко, П. В. Кутуєв. Матеріали VI міжнародної наук.-практ. конф. (30–31 травня 2016 р., м. Київ). К.: Політехніка, 2016e. С. 59–61.

Скокова Л. Прагматичний підхід у соціології мистецтва // Дискурсивний вимір сучасного мистецтва: діалог культур. Тези доповідей наук.-теорет. конф. з міжнар. участю (30 листопада 2016 року, м. Київ). К.: ІК НАМ України, 2016f. С. 128–130.

Скокова Л. Г. Участь у мережево-цифровій культурі в Україні: порівняльна динаміка // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017a. № 1. С. 145–163.

Скокова Л. Г. Феномен участі в культурі у постбурдюзіанських дискусіях // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право: зб. наукових праць. Київ, 2017b. № 3/4 (35/36). С. 68–72.

Скокова Л. Г. Вимірювання культурної партиципації: український і міжнародний досвід // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 4 (18). К.: Ін-т соціології НАН України, 2017с. С. 345–358.

Скокова Л. Г. Культурні практики у перспективі «виробництва культури» // Соціальні виміри суспільства: зб. наукових праць. Вип. 9 (20). Київ: Ін-т соціології НАН України. 2017d. С. 230–254.

Скокова Л.Г. «Культурні обсерваторії» як актори поля досліджень культурних практик // Методологія і методи соціологічних досліджень в Україні: історія та сучасні проблеми. До 70-річчя Володимира Паніотто: зб. статей за матеріалами конф. (22 січня 2017 р., м. Київ) / за наук. ред. В. С. Бакірова та Є. І. Головахи. К.: Ін-т соціології НАН України, ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017е. С. 97–99.

Скокова Л. Г. Динаміка залучення до глобального Інтернет-простору: Україна і світ // Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (19–20 квітня 2017 р., м. Київ). У 2 ч. Ч. 2. К.: КНУКіМ, 2017f. С. 265–271.

Скокова Л. Г. Культура і соціальні нерівності: постбурдюзіанські пошуки // Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання. III Конгрес Соціологічної асоціації України. Тези доповідей (12–13 жовтня 2017 року, м. Харків). Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017g. С. 68–69.

Скокова Л. Г. Культурна партиципація в Україні: бар'єри та стимули // Український соціум. 2018a. № 2. С. 66–82.

Скокова Л. Г. Поширення практико-орієнтованих підходів в якісних дослідженнях медіа // Габітус. Наук. журнал. Вип. 6. 2018b. С. 17–22.

Скокова Л. Г. Соціологічні вимірювання культурної партиципації в міжнародних проектах // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. Вип. 78. Запоріжжя: Класичний приватний ун-т. 2018с. С. 60–67.

Скокова Л. Г. Теорія практик за версією Теодора Шацкі // Грані. Науково-теоретичний альманах. 2018d. Т. 21. № 9. С. 67–72.

Скокова Л. Языковые практики в Украине: (не)сбалансированное сосуществование // Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Lublin–Polonia. Sectio I. Philosophy and Sociology. 2018e. Vol. XLIII, No 1. S. 55–77.

Скокова Л. Г. Культурні практики арт-світів у традиції символічного інтеракціонізму // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: зб. наук. праць. К.: КНУ ім.Т. Шевченка, 2018f. С. 55–62.

Скокова Л. Г. Етапи розвитку практикоорієнтованих підходів у соціології // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право: зб. наук. праць. 2018g. № 3 (39). С. 44–49.

Скокова Л. Г. Соціологічний моніторинг і оцінювання стану культурної партиципації в Україні // Проблеми розвитку соціологічної теорії: Модернізація суспільства та соціальні технології / під заг. ред. А. П. Горбачика, В. І. Судакова. Матеріали XV Міжнар. наук.-практ. конф. (17–18 травня 2018 р., м. Київ). К.: Логос, 2018h. С. 160–163.

Скокова Л. «Участь у культурі» в постбурдзьєзійських дискусіях // Участь у культурі: люди, спільноти, стани / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2018i. С. 33–41.

Скокова Л. Інфраструктура порівняльних досліджень культурної партиципації // Участь у культурі: люди, спільноти, стани / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2018j. С. 42–58.

Скокова Л. Залучення до інтернету: мережево-цифрова культура // Участь у культурі: люди, спільноти, стани / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2018k. С. 161–179.

Скокова Л. Рухливість культурних практик: бар'єри і стимули // Участь у культурі: люди, спільноти, стани / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2018l. С. 180–193.

Скокова Л. Меми серед жанрів дигітальної культури // Участь у культурі: люди, спільноти, стани / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2018m. С. 276–287.

Смислова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012. 422 с.

Соболева Н., Чепурко Г. Самооцінка стану здоров'я населенням України // Соціальні виміри суспільства: зб. наукових праць. Вип. 9 (20). Київ: Ін-т соціології НАН України. 2017. С. 382–399.

Соболєвська М. Порядок дискурсу порядку: неофункціоналізм та постструктуралізм у сучасній соціологічній теорії: монографія. К.: Логос, 2014. 248 с.

Сокурянська Л. Г. Методологічні та методичні проблеми міжнародних компаративних досліджень студентської молоді // Молодіжна політика: проблеми і перспективи. Зб. наукових праць / за ред. С. Шудло, П. Длугош. Вип. 7. Дрогобич–Жешув: Трек ЛТД, 2016. С. 228–234.

Сорока Ю. Г. Свої, чужі, різні: соціокультурна перспектива сприйняття Іншого. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 332 с.

Сорокин П. Человек, цивилизация, общество. М.: Изд-во полит. литературы, 1992. 543 с.

Социология вещей. Сб. статей / под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. 392 с.

Социологическая анкета. Отдых. Досуг / Составители: В. А. Поддубный, Н. А. Сакада, В. Ф. Субин, В. М. Черный. К.: Ин-т философии АН Украины, 1980. 13 с.

Соціальна експертиза в Україні: методологія, методика, досвід впровадження / за ред. Ю. Саєнка. К.: Ін-т соціології НАН України, 2000. 194 с.

Соціально-психологічні чинники інтеграції українського соціуму / за наук. ред. О. Г. Злобіної. К.: Ін-т соціології НАН України, 2016. 276 с.

Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2002. 315 с.

Соціологічна культура: числа і смисли. Матеріали Міжнар. соціол. читань пам'яті Н. В. Паніної / за наук. ред. Є. І. Головахи та О. Г. Стегній. К.: Ін-т соціології НАН України, 2011. 172 с.

Соціологічна теорія: традиції та сучасність: навч. посібник / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2007. 363 с.

Соціологія культури: навч. посібник / за ред. О. М. Семашка, В. М. Пічі. К.: Каравела, Львів: Новий світ-2000, 2002. 334 с.

Соціологія: короткий енциклопедичний словник / заг. ред. В. Воловича. К.: УЦДК, 1998. 736 с.

Соціологія. Навч. посібник / за ред. С. О. Макеєва. К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. 566 с.

Стеббинс Р.А. Свободное время: к оптимальному стилю досуга (взгляд из Канады) // Социол. исследования. 2000. № 7. С. 64–72.

Стан сингулярності: соціальні структури, ситуації, повсякденні практики [С. Макеєв, С. Оксамитна, А. Домаранська, О. Іванов, Т. Костюченко, Л. Малиш, Т. Марценюк, С. Стукало] / за ред. С. Макеєва, С. Оксамитної. К.: НаУКМА, 2017. 180 с.

Стан сучасного українського суспільства: цивілізаційний вимір / за наук. ред. М. О. Шульги. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2017. 198 с.

Статистичний щорічник України за 2010 рік. К.: Державна служба статистики, 2011. 560 с.

Стегній О., Чурілов М. Регіоналізм в Україні як об'єкт соціологічного дослідження. К.: Саланг, 1998. 217 с.

Степаненко В.П. Громадянське суспільство: дискурси і практики. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. 420 с.

Стиль життя: панорама змін / за ред. М. О. Шульги. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008. 416 с.

Стукало С., Оксамитна С. Динаміка професій і занять в українському суспільстві // Соціальні виміри суспільства: зб. наукових праць. Вип. 5 (16). К.: Ін-т соціології НАН України, 2013. С. 392–408.

Субкультурна варіативність українського соціуму / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2010. 288 с.

Судаков В. І. Социологическое познание: современные тенденции и стимулы развития. Д.: Изд-во ДГУ, 1995. 232 с.

Судаков В. І. Соціокультурна детермінація соціологічного пізнання: до питання про гносеологічну специфіку категорій «культура» та «субкультура» // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. Т. 1 (14). 2012. С. 7–13.

Суспільна трансформація: концептуалізація, тенденції, український досвід / за ред. В. В. Танчера, В. П. Степаненка. К.: Ін-т соціології НАН України, 2004. 244 с.

Суська О. Мотиваційна парадигма інформаційного вибору за умов персоналізації медіа-комунікативного простору // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2016. № 2. С. 141–150.

Сучасні методи збору і аналізу даних в соціології. Матеріали VI Міжнародних соціологічних читань пам'яті Н. В. Паніної / за наук. ред. Є. І. Головахи та Т. Я. Любивої. К.: Ін-т соціології НАН України, 2013. 140 с.

Танчер В., Скокова Л. Культуральна соціологія: «сильна програма» досліджень соціального життя // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2009. № 4. С. 19–42.

Тарасенко В., Майструк І. Соціологічна епістемологія: проблеми і можливості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2011. № 4. С. 162–176.

Тевено Л. Прагматика познання. Социологический журнал. 2006. № 3–4. С. 5–24.

Тенбрук Ф. Репрезентативная культура // Социологическое обозрение. 2013. Т. 12 (3). С. 93–120.

Теоретики світової соціології: життя та творчий спадок (Путівник портретною галереєю Інституту соціології НАН України); за ред. акад. НАН України, проф., д.е.н. В.Ворони. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. 300 с.

Тэрнер В. Символ и ритуал. М.: Глав. ред. восточ. литературы изд-ва «Наука», 1983. 277 с.

Тягло К. Проблема репрезентації «мовної травми» // SocioПростір: Міждисциплінарний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи. 2010. № 1. С. 96–101.

Тягло К. Читацькі та мовні практики населення України 2012–2014 рр.: динаміка вікових і регіональних відмінностей // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. наукових праць. Вип. 1 (15). К.: Ін-т соціології НАН України, 2014. С. 503–511.

Уайт Х. С., Уайт С. А. Холсты и карьеры. СПб.: Центр социологии искусства, 2000. 192 с.

Уильямс Р. Базис и надстройка в марксистской теории культуры // Логос. 2012. № 1 (85). С. 136–156.

Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 1 (15). Т. 1. // гол. ред-ри д. екон. н. В. М. Ворона, д. соц. н. М. О. Шульга. К.: Ін-т соціології НАН України, 2014. 546 с.

Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред-ри д. екон. н. В. М. Ворона, д. соц. н. М. О. Шульга. Вип. 3 (17). К.: Ін-т соціології НАН України, 2016. 546 с.

Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 4 (18) / гол. ред-ри д. екон. н. В. М. Ворона, д. соц. н. М. О. Шульга. К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. 600 с.

Урри Дж. Мобильности. М.: Праксис, 2012. 576 с.

Участь у культурі: люди, спільноти, стани / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2018. 320 с.

Фестер М. Социальное мильё, классы и стили жизни в Западной Германии // Социальное неравенство. Изменения в социальной структуре: европейская перспектива / под ред. В. Воронкова, М. Соколова. СПб.: Алетейя, 2008. С. 25–43.

Фархатдинов Н. Г. Социология искусства без искусства. Индустриальная метафора в социологических исследованиях искусства // Социологическое обозрение. 2008. Т. 7 (3). С. 55–69.

Филлипс Л., Йоргенсен М. Дискурс-анализ. Теория и метод. Х.: Гуманитарный центр, 2008. 352 с.

Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem, 1999. 480 с.

Фуко М. Интеллектуалы и власть. Ч. 1. Избранные политические статьи, выступления и интервью. М.: Праксис, 2002. 384 с.

Хархордин О. Обличать и лицемерить: генеалогия российской личности. СПб.; М.: ЕУСПб; Летний Сад, 2002. 511 с.

Хархордин О. Куда идет теория практик: поворот к материальности // Социол. исследования. 2012. № 11. С. 20–34.

Хезмондлш Д. Культурные индустрии. М.: Изд. дом ВШЭ, 2014. 456 с.

Хижняк О. В. Колективна дія в оптиці соціології. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 340 с.

Холл С. Культурные исследования: две парадигмы // Логос. 2012. № 1 (85). С. 157–183.

Хомерікі О. А. Модернізація вищої освіти в Україні: соціологічний аналіз. К.; Вінниця: Едельвейс і К, 2013. 374 с.

Цимбалюк Н. М. Дозвілля в Україні. Теоретичні та емпіричні аспекти: Монографія. К.: Видавничий центр ДАКККіМ, 2003. 224 с.

Ціннісна складова модернізаційних процесів у сучасному соціумі України: кол. моногр. / [Балакірева О.М., Геєць В.М., Сіденко В.Р. та ін.]; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2014. 340 с.

Чепак В. Організації в оптиці неоінституціоналізму // Нова парадигма. Соціологія. 2016. Вип. 130. С. 23–33.

Чепак В. В. Теоретико-методологічні засади становлення і розвитку соціології освіти. К.: Геопринт, 2011. 304 с.

Чепурко Г., Петрушина Т., Соболева Н. Громадська думка щодо ролі науки в українському суспільстві // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2016. № 2. С. 81–101.

Черниш Н. Соціологія сьогодення: тенденції та перспективи розвитку // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017. № 4. С. 5–21.

Чудовська-Кандиба І. Соціокультурні виміри рекламних практик. К.: К.І.С., 2010. 447 с.

Цимбалюк Н. М. Дозвілля в Україні. Теоретичні та емпіричні аспекти: Монографія. К.: Видавничий центр ДАКККіМ, 2003. 224 с.

Ціннісна складова модернізаційних процесів у сучасному соціумі України: кол. моногр. / [Балакірева О.М., Геєць В.М., Сіденко В.Р. та ін.]; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2014. 340 с.

Чепак В. Організації в оптиці неоінституціоналізму // Нова парадигма. Соціологія. 2016. Вип. 130. С. 23–33.

Чепак В. В. Теоретико-методологічні засади становлення і розвитку соціології освіти. К.: Геопринт, 2011. 304 с.

Чепурко Г., Петрушина Т., Соболева Н. Громадська думка щодо ролі науки в українському суспільстві // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2016. № 2. С. 81–101.

Черниш Н. Соціологія сьогодення: тенденції та перспективи розвитку // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017. № 4. С. 5–21.

Чудовська-Кандиба І. Соціокультурні виміри рекламних практик. К.: К.І.С., 2010. 447 с.

Шульга М. Динаміка використання української і російської мови у сімейному спілкуванні // Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг. К.: Ін-т соціології НАН України, 2010. С. 449–458.

Шульга О. Евристичний потенціал поняття «символічний універсум»: методологічні та теоретичні аспекти. К.: Ін-т соціології НАН України, 2016. 372 с.

Шульга Р. Искусство в практиках культуры. Социокультурологический очерк. К.: Ин-т социологии НАН Украины, Ин-т философии НАН Украины, 2008. 200 с.

Шульга Р. Соціокультурні критерії у художньому просторі // Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. С. 112–140.

Щербина В. М. Образи інформаційного суспільства: соціологічний вимір. К.: ТОВ «Агентство Україна», 2005. 248 с.

Щербина В. М. та ін. Соціологічні дослідження культури: концепції та практики / наук. ред. В. М. Щербина; відп. ред. М. Ю. Наумова. К.: Ін-т культурології НАН України, 2010. 256 с.

Шудло С. Вища освіта у пошуках якості: quo vadis. Х.; Дрогобич: Коло, 2012. 339 с.

Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2003. 336 с.

Шютц А. Обыденная и научная интерпретация человеческого действия. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С. 7–50.

Элиаде М. Оккультизм, колдовство и моды в культуре. К.: София; М.: Гелиос, 2002. 224 с.

Эник Н. «Изготовление» культурного наследия // Неприкосновенный запас. 2017. № 4. С. 188–198.

Язык политических мемов: «Вата» против «Укропа». 8 августа 2014. URL: <http://glavnoe.ua/news/n186744> (дата звернення: 05. 04. 2016).

Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009. 400 с.

Alasuutari P. Introduction: Three Phases of Reception Studies // Rethinking the Media Audience: The New Agenda / Ed. by P. Alasuutari. London, Sage, 1999. P. 1–21.

Alexander J. C. The Meaning of Social Life: A Cultural Sociology. N. Y.: Oxford University Press, 2003. 312 p.

Alexander J. C. Central Problems of Cultural Sociology: A Reply to My (Friendly) Critics // Culture. 2005a. Vol. 19 (2). P. 8–12.

Alexander J. C. Why Cultural Sociology Is Not «Idealist»: A Reply to McLennan // Theory, Culture and Society. 2005b. Vol. 22 (6). P. 19–29.

Alexander J.C. The Meaningful Construction of Inequality and the Struggles Against It: A «Strong Program» Approach to How Social Boundaries Change // Cultural Sociology. 2007. Vol. 1 (1). P. 23–30.

Alexander J. C. Clifford Geertz and the Strong Program: The Human Sciences and Cultural Sociology // *Cultural Sociology*. 2008. Vol. 2 (2). P. 157–168.

Alexander J. C., Jacobs R., Smith P. Introduction: cultural sociology today // *The Oxford Handbook of Cultural Sociology* / Eds. J. C. Alexander, R. Jacobs, P. Smith. N. Y.: Oxford University Press, 2011. P. 3–24.

Alexander J. C., Smith P. The strong program: origins, achievements, and prospects // *Handbook of Cultural Sociology* / Eds. J. Hall, L. Grindstaff, M. Lo. London: Routledge, 2010. P. 13–24.

Atkinson W., Rosenlund L. Mapping the British Social Space: Toward a Bourdieusian Class Scheme. Working paper SPAIS. University of Bristol, 2014. 37 p.

Back L. et al. *Cultural Sociology: An Introduction*. Chichester: Blackwell Publishing Ltd, 2012. 230 p.

Becker H. S. *Art Worlds*. 25<sup>th</sup> Anniversary edition. Updated and Expanded. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 2008. 440 p.

Bejean S., Chong P., Lamont M. A post-Bourdieusian sociology of valuation and evaluation for the field of cultural production // *The Routledge International Handbook of the Sociology of Arts and Culture* / Eds. L. Hanquinet, M. Savage. N.Y.: Routledge, 2016. P. 38–48.

Bennett T. et al. *Culture, Class, Distinction* [T. Bennett, M. Savage, E. Silva, A. Warde, M. Gayo-Cal, D. Wright]. N. Y.: Routledge, 2009. 336 p.

Benzecri C., Collins R. The High of Cultural Experience: Toward a Microsociology of Cultural Consumption // *Sociological Theory*. 2014. Vol. 32 (4). P. 307–326.

Bird S. E. *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World*. London: Routledge, 2003. 222 p.

Blackman L., Featherstone M. Re-visioning Body & Society // *Body & Society*. 2010. Vol. 16 (1). P. 2–4.

Beyond the Cultural Turn: New Directions in the Study of Society and Culture / Eds. V. E. Bonnell, L. Hunt. N.Y.: University of California Press, 1999. 364 p.

Blackshaw T. The Man from Leisure: An Interview with Chris Rojek // *Cultural Sociology*. 2012. Vol. 6 (3). P. 319–318.

Bolsover G., Dutton G., Law G., Dutta S. China and the US in the New Internet World: A Comparative Perspective // *Society and the Internet* / Eds. M. Graham, W. Dutton. Oxford: Oxford University Press, 2014. P. 117–134.

Bottero W., Crossley N. Worlds, Fields and Networks: Becker, Bourdieu and the Structures of Social Relations // *Cultural Sociology*. 2011. Vol. 5 (1). P. 99–119.

Born G. The Social and the Aesthetic: For a Post-Bourdieusian Theory of Cultural Production // *Cultural Sociology*. 2010. Vol 4 (2). P. 171–208.

Bourdieu P. *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984. 613 p.

Bourdieu P. *Language and Symbolic Power*. Oxford: Polity Press, 1991. 320 p.

Bourdieu P. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. N.Y.: Columbia University Press, 1993. 322 p.

Bourdieu P. *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Stanford CT: Stanford University Press, 1996. 432 p.

Bourdieu P. *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sadzenia*. Warszawa: Scholar, 2005. 683 s.



Boyd D., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. Vol. 13 (1). P. 210–230.

Breczko S. Porowatosc praktyki kulturowej (rec.: B. Lahire. *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris 2004) // *Kultura i Społeczeństwo*. 2006. No 1-2. S. 325–331.

Bryson B. Anything but heavy metal: Symbolic exclusion and musical dislike // *American Sociological Review*. 1996. Vol. 61 (5). P. 884–899.

Cierad I. Homes from home: memories and projections // *Home Cultures*. 2010. Vol. 7 (1). P. 85–102.

Clarke A.E. Social Worlds. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* / Ed. by G. Ritzer. London: Blackwell Publishing, 2007. P. 4555–4557.

Cluley R. Art Words and Art Worlds: The Methodological Importance of Language Use in Howard S. Becker's *Sociology of Art and Cultural Production* // *Cultural Sociology*. 2012. Vol. 6 (2). P. 201–216.

*Constraints to Leisure* / Ed. by E. Jackson. State College, PA: Venture Publishing, Inc., 2005. 349 p.

Cordero R. Carballo F., Ossandon J. Performing Cultural Sociology. A Conversation with Jeffrey Alexander // *European Journal of Social Theory*. 2008. Vol. 11 (4). P. 523–542.

Coulangeon P. The sociology of cultural participation in France thirty years after «Distinction» // *Routledge International Handbook of the Sociology of Art and Culture* / Eds. L. Hanquinet, M. Savage. London: Routledge, 2016. P. 26–37.

Coulangeon P., Duval J. Introduction // *The Routledge Companion to Bourdieu's «Distinction»* / Eds. P. Coulangeon, J. Duval. London: Routledge, 2015. P. 1–12.

Couldry N. Theorising Media As Practice // *Theorising Media and Practice* / Eds. B. Brauchler, J. Postill. N.Y.: Berghahn Books, 2010. P. 55–75.

Coulter J. Human practices and the observability of the «macro-social» // *The Practice Turn in Contemporary Theory* / Eds. T. Schatzki, K. Knorr Cetina, E. von Savigny. London: Routledge, 2001. P. 37–49.

Country Profile Ukraine. Last profile update: April 2015. Prepared and updated by Mr. O. Butsenko (Kyiv). URL: [http://www.culturalpolicies.net/down/ukraine\\_042015.pdf](http://www.culturalpolicies.net/down/ukraine_042015.pdf)

Crane D. Art Worlds. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* / Ed. by G. Ritzer. London: Blackwell Publishing, 2007. P. 177–180.

Crossley N. Interactions, juxtapositions and tastes // *Conceptualising relational sociology* / Eds. F. Depelteau, C. Powell. London: Palgrave, 2013. P. 123–144.

Cross-national Comparative Survey Research. Theory and Practice. Round Table Conference / Eds. A. Szalai, R. Petrella. Budapest: The European Coordination Centre for Research and Documentation in Social Service, 1972. 498 p.

Cushman G., Veal A. J., Zuzanek J. (eds). *Free Time and Leisure Participation: International Perspective*. Wallingford: CAB International, 2005.

*Cultural Analysis and Bourdieu's Legacy: Settling Accounts and Developing Alternatives* / Eds. E. Silva, A. Warde. London: Routledge, 2010. 208 p.

*Cultural Statistics*. Eurostat Pocketbooks. European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007. 185 p.

Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks. Population and social conditions. European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2011. 244 p.

Cultural Statistics. Eurostat books. European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. 185 p.

Danko D. Natalie Heinich's Sociology of Art – and Sociology from Art // *Cultural Sociology*. 2008. Vol. 2 (2). P. 242–256.

DeNora T. Music and Social Experience // *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture* / Eds. M. Jacobs, N. Hanrahan. Oxford: Blackwell, 2005. P. 147–159.

DiMaggio P. The Production of Scientific Change: Richard Peterson and the Institutional Turn in Cultural Sociology // *Poetics*. 2000. Vol. 28 (2–3). P. 107–136.

DiMaggio P. Cultural Networks // *The Sage Handbook of Social Network Analysis* / Eds. J. Scott, P. J. Carrington. Thousand Oaks: Sage, 2011. P. 286–300.

DiMaggio P., Mukhtar T. Arts participation as cultural capital in the United States, 1982–2002: Signs of decline? // *Poetics*. 2004. Vol. 32 (2). P. 169–194.

DiMaggio P., Markus H. R. Culture and Social Psychology: Converging Perspectives // *Social Psychology Quarterly*. 2010. Vol. 73 (4). P. 347–352.

Emirbayer M. The Alexander School of Cultural Sociology // *Thesis Eleven*. 2004. Vol. 79 (1). P. 5–15.

Emmison M. Social Class and Cultural Mobility: Reconfiguring the Cultural Omnivore Thesis // *Journal of Sociology*. 2003. Vol. 39 (3). P. 211–230.

ESSnetCulture Final Report. European Statistical System Network on Culture. Luxembourg: Eurostat, 2012. 556 p.

Framework 2009 For Cultural Statistics. Handbook No 2. Measuring cultural participation. Montreal: UNESCO Institute for Statistics, 2012. 126 p.

Friedland L. et al. The Social Positioning of Taste and Civic Culture in the United States: Capital, Consumption, Communication, and Citizenship // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2007. No 611. P. 31–50.

Garcia-Alvarez E., Katz-Gerro T., Lopez-Sintas J. Deconstructing Cultural Omnivorousness 1982–2002: Heterology in Americans' Musical Preferences // *Social Forces*. 2007. Vol. 86 (2). P. 417–443.

Gershuny J. *Changing Times: Work and Leisure in Postindustrial Society*. Oxford: Oxford University Press, 2000. 316 p.

Gherardi S. Practice-Based Theorizing on Learning and Knowing in Organizations: An Introduction. Special Issue // *Organization*. 2000. Vol. 7 (2). P. 211–223.

Gherardi S. *Organizational Knowledge: The Texture of Workplace Learning*. Oxford: Blackwell, 2006. 288 p.

*Global Leisure and the Struggle for a Better World* / Eds. A. Beniwal, R. Jain, K. Spracklen. Cham: Palgrave Macmillan, 2018. 313 p.

Gonzales B.M. Topophilia and topophobia. The Home as an Evocative Place of Contradictory Emotions // *Space and Culture*. 2005. Vol. 8 (2). P. 193–213.

Gray E. *Research Practice for Cultural Studies*. London: Sage, 2003. 216 p.

Grenfell M., Hardy C. *Art Rule: Pierre Bourdieu and the Visual Arts*. Oxford: Berg, 2007. 256 p.

Griswold W. *Cultures and Societies in a Changing World*. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1994. 232 p.

Griswold W., Mangione G., McDonnell T. E. *Objects, Words, and Bodies in Space: Bringing Materiality into Cultural Analysis // Qualitative Sociology*. 2013. Vol. 36 (4). P. 343–364.

Gronow J. *Standards of taste and varieties of goodness: the (un)predictability of modern consumption // Qualities of Food / Eds. M. Harvey, A. McMeekin, A. Warde*. Manchester: Manchester University Press, 2004. P. 38–60.

Guba E. G., Lincoln Y. S. *Competing Paradigms in Qualitative Research // The Sage Handbook of Qualitative Research / Eds. N. Denzin, Y. S. Lincoln*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2005. P. 191–216.

Halkier B., Katz-Gerro T., Martens L. *Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations // Journal of Consumer Culture*. 2011. Vol. 11 (1). P. 3–13.

*Handbook of cultural sociology / Eds. J. R. Hall, L. Grindstaff, Ming-Cheng Lo*. Abingdon: Routledge, 2010. 720 p.

Heinich N. *What Does «Sociology of Culture» Mean? Notes on a Few Trans-Cultural Misunderstandings // Cultural Sociology*. 2010. Vol. 4 (2). P. 257–265.

Heinich N. *Practices of Contemporary Art: A Pragmatic Approach to a New Artistic Paradigm // Ed. by T. Zemylyas. Artistic Practices: Social Interactions and Cultural Dynamics*. London: Routledge, 2014. P. 32–43.

Hennion A. *Pragmatics of Taste // The Blackwell Companion to the Sociology of Culture / Eds. M. Jacobs, N. Hanrahan*. Oxford: Blackwell, 2005. P. 131–144.

Hennion A. *Listen! // Music and Arts in Action*. 2008. Vol. 1 (1). P. 36–45.

*Indicator Framework on Culture and Democracy (IFCD) Codebook V2.0*. Hertie School of Governance. Council of Europe. 2017. URL: <http://www.governancereport.org/ifcd/#> (дата звернення 05.06.2018).

Internet Live Stats, 2016. URL: [www.InternetLiveStats.com](http://www.InternetLiveStats.com).

*Internet Users in Japan. Shift Digital Behaviors to Mobile. Smartphones bring anywhere access*. January 20, 2016. URL: <http://www.emarketer.com/Article/Internet-Users-Japan-Shift-Digital-Behaviors-Mobile/1013483#sthash.mQFYoI3a.dpuf>. (дата звернення: 05. 08. 2016).

Internet World Stats. 2016. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

Jackson E. L. *Will research on leisure constraints still be relevant in the twenty-first century? // Journal of Leisure Research*. 2000. Vol. 32 (1). P. 62–68.

Jacobs M., Spillman L. *Cultural sociology at the crossroads of the discipline // Poetics*. 2005. Vol. 33 (1). P. 1–14.

Jenkins H. *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*. N.Y.: New York University Press, 2006a. 279 p.

Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. N.Y.: New York University Press, 2006b. 307 p.

Jenkins H., Ford S., Green J. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. N. Y.: New York University Press, 2013. 352 p.

Kirchberg V. *Cultural Consumption Analysis: Beyond Structure and Agency // Cultural Sociology*. 2007. Vol. 1 (1). P. 115–135.

Klinenberg E., Benzecry C. *Cultural Production in the Digital Age: An Introduction // Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2005. No 597. P. 6–18.

Lahire B. From the habitus to an individual heritage of dispositions. Towards a sociology at the level of the individual // *Poetics*. 2003. Vol. 31 (5-6). P. 329–355.

Lahire B. *The Plural Actor*. Cambridge: Polity, 2011. 280 p.

Lahire B. Culture at the level of the individual: challenging transferability // *The Routledge Companion to Bourdieu's «Distinction»* / Eds. P. Coulangeon, J. Duval. Routledge, 2015. P. 109–118.

Lash S. Power after Gegemony. *Cultural Studies in Mutation?* // *Theory, Culture & Society*. 2007. Vol. 24. P. 55–78.

Lave J., Wenger E. *Situated learning – legitimate peripheral participation*. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1991. 142 p.

Loyal S. *The sociology of Anthony Giddens*. London: Pluto Press, 2003. 245 p.

Marston S., Jones J. P., Woodward K. Human geography without scale // *Transaction of the Institute of British Geographers*. 2005. Vol. 30 (4). P. 416–432.

McLennan G. The «New American Cultural Sociology»: An Appraisal // *Theory, Culture & Society*. 2005. Vol. 22 (6). P. 1–18.

Miller D. et al. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press, 2016. 262 p.

Moreau M.-P. Book Review: *La Culture des individus: dissonances culturelles et distinction de soi* // *International Sociology*. 2006. Vol. 21 (6). P. 843–845.

Moore S. *Media / Theory. Thinking About Media and Communications*. London: Taylor & Francis Books, 2005. 224 p.

Morley D. *To Boldly Go...: The «Third Generation» of Reception Studies* // *Rethinking the Media Audience: The New Agenda* / Ed. by P. Alasuutari. London: Sage, 1999. P. 195–204.

Nathaus K., Childress C. *The Production of Culture Perspective in Historical Research. Integrating the Production, Meaning and Reception of Symbolic Objects* // *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, 2013. No 10. P. 89–100.

*New challenges of cultural observatories. Documentos de estudios de Ocio* / Ed. by C. O. Nuere. Bilbao: University of Deusto, 2011. 261 p.

*New Keywords. A Revised Vocabulary of Culture and Society* / Eds. T. Bennett, L. Grossberg, M. Morris. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2005. 426 p.

Nicolini D. *Practice Theory, Work, and Organization: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2012. 282 p.

*Objects and materials. A Routledge Companion* / Eds. P. Harvey et al., London: Taylor and Francis, 2015. 440 p.

Ortner S. *Theory in Anthropology since the Sixties* // *Comparative Study of Society and History*. 1984. Vol. 16 (1). P. 126–166.

Peterson R. Problems in comparative research: the example of omnivorousness // *Poetics*. 2005. Vol. 33 (5–6). P. 257–282.

Peterson R. A., Kern R. M. Changing highbrow taste: From snob to omnivore // *American Sociological Review*. 1996. Vol. 61(5). P. 900–907.

Peterson R. A., Anand N. *The Production of Culture Perspective* // *Annual Review of Sociology*. 2004. Vol. 30. P. 311–334.

Peterson R. A., Ryan J. *The Disembodied Muse: Music in the Internet Age* // *Society Online: The Internet in Context* / Eds. P. N. Howard, S. Jones. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004. P. 223–236.

Pew Research Center, 2016, February. Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb in Emerging Economies. URL: <http://www.pewglobal.org>.

Pink S. et al. Digital Ethnography. Principles and Practice. London: Sage, 2016. 216 p.

Postill J. Introduction: Theorising media and practice // Theorising Media and Practice / Eds. B. Brauchler, J. Postill. N. Y.: Berghahn Books, 2010. P. 1–34.

Praktyki kulturalne Polakow. Raport badawczy / R. Drozdowski, B. Fatyga, M. Filiciak, M. Krajewski, T. Szlendak. Torun: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu M. Kopernika, 2014. 409 s.

Prior N., Darmon I., McCormick L. Editorial Statement: Tracing, Making and Locating Cultural Sociology // Cultural Sociology. 2017. Vol. 11 (1). P. 3–10.

Reckwitz A. Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing // European Journal of Social Theory. 2002a. Vol. 5 (2). P. 243–263.

Reckwitz A. The Status of the «Material» in Theories of Culture: From «Social Structure» to «Artefacts» // Journal for the Theory of Social Behaviour. 2002b. Vol. 32 (2). P. 195–217.

Reed T. V. Digitized Lives. Culture, Power and Social Change in the Internet Era. N. Y.: Routledge, 2014. 258 p.

Rethinking language and linguistic diversity in schools. European Commission. 2017, URL: [https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/rethinking-language-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/rethinking-language-report_en.pdf)

Ritzer G. Automating prosumption: The decline of the prosumer and the rise of the prosuming machines // Journal of Consumer Culture. 2015. Vol. 15 (3). P. 407–424.

Rojek C. The Labour of Leisure: The Culture of Free Time. London: Sage, 2010. 216 p.

Rouse J. Practice theory // Handbook of the Philosophy of Science: Philosophy of Anthropology and Sociology / Eds. S. Turner, M. Risjord. Vol. 15. Amsterdam: Elsevier, 2007. P. 500–540.

Routledge international handbook of the sociology of art and culture / Eds. L. Hanquinet, M. Savage. Routledge, 2016. 500 p.

Ruczka A., Skokowa L. Dom jako prywatna przestrzen praktyk kulturowych na Ukrainie przelomu XX i XXI w. // Dom – spotkanie przestrzeni prywatnej i publicznej na tle przemian cywilizacyjnych XIX i XX w. Zbiór studiow pod red. Z. Opackiego i D. Paza-Opackiej. Wyd-wo Uniwersytetu Gdanskiego. Gdansk, 2008. S. 339–351.

Rucska A., Szkokova L. A kulturalis fogyasztoi szokasok atalakulasa a 20. es a 21. szazad fordulojan // Ukrajna szinevaltozasa 1991–2008 / F. Csilla, V. Szereda.: Kalligram Kiado, 2009. O. 219–243.

Ryan J. The Production of Culture Perspective // 21st Century Sociology: A Reference Handbook / Eds. C. Bryant, D. L. Peck. Thousand Oakes, CA: Sage, 2007. P. 22–29.

Samdahl D. Reflections on the future of leisure studies // Journal of Leisure Research. 2000. Vol. 32 (1). P. 125–128.

Santoro M. Culture As (and After) Production // Cultural Sociology. 2008a. Vol. 2 (1). P. 7–31.

Santoro M. Performing Cultural Sociology: An Interview with Richard A. Peterson // *Cultural Sociology*. 2008b. Vol. 2 (1). P. 33–55.

Santoro M. Production Perspectives // *The Routledge Reader on the Sociology of Music*. Routledge / Eds. J. Shepherd, K. Devine. 2015. P. 127–140.

Savage M., Silva E.B. Field Analysis in Cultural Sociology // *Cultural Sociology*. 2013. Vol. 7 (2). P. 111–126.

Schatzki T. Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity. 1996. 245 p.

Schatzki T. R. Introduction: practice theory // *The Practice Turn in Contemporary Theory* / Eds. T. R. Schatzki, K. Knorr Cetina, E. von Savigny. London: Routledge, 2001. P. 10–23.

Schatzki T. R. The site of the social: a philosophical account of the constitution of everyday life. University Park, PA: State University of Pennsylvania Press, 2002. 296 p.

Schatzki T. Timespace and the Organization of Social Life // *Time, Consumption and Everyday Life. Practice, Materiality and Culture* / Eds. E. Shove, F. Trentmann, R. Wilk. N.Y.: Berg, 2009. P. 35–48.

Schatzki T. R. The timespace of human activity: on performance, society, and history as indeterminate teleological events. Maryland: Lexington Books, 2010. 255 p.

Schatzki T. R. Where the action is (on large social phenomena such as sociotechnical regimes) // *Sustainable Practices. Research Group Working Paper 1*. 2011. URL: [www.sprg.ac.uk/uploads/schatzki-wp1.pdf](http://www.sprg.ac.uk/uploads/schatzki-wp1.pdf)

Schatzki T. R. A primer on practices: Theory and research // *Practice-Based Education: Perspectives and Strategies* / Eds. J. Higgs et al. Rotterdam: Sense Publishers, 2012. P. 13–26.

Schatzki T. Art bundles // *Artistic Practices: Social Interactions and Cultural Dynamics* / Ed. by T. Zembylas. London: Routledge, 2014. P. 17–31.

Schuster J. M. Informing cultural policy: The research and information infrastructure. New Brunswick, N.J.: Center for Urban Policy Research, 2002. 292 p.

Schuster J. M. Participation Studies and Cross-National Comparison: Proliferation, Prudence, and Possibility // *Cultural Trends*. 2007. Vol. 16 (2). P. 99–196.

Scott J. Giddens and Cultural Analysis: Absent Word and Central Concept // *Cultural Theory. Classical and Contemporary Positions* / Ed. by T. Edwards. London: Sage, 2007. P. 83–105.

Segev E., Nissenbaum A., Stoler N., Shifman L. Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2015. Vol. 20 (4). P. 417–433.

Serafini L., Lash S. Cultural Studies and Cultural Sociology. Scott Lash in Conversation with Luca Serafini // *Sociologica*. 2016. Vol. 10 (1). P. 1–14.

Sewell W. H. Logics of History: Social Theory and Social Transformation. Chicago: University of Chicago Press, 2005. 376 p.

Shifman L. Memes in digital culture. Cambridge, MA: The MIT Press, 2014. 215 p.

Shove E. Comfort, Cleanliness and Convenience. The Social Organization of Normality. Oxford: Berg, 2003. 240 p.

Shove E. The Matters of Practice // *The Nexus of Practices: Connections, Constellations, Practitioners* / Eds. A. Hui, T. Schatzki, E. Shove. London: Routledge, 2017. P. 155–168.

Shove E., Pantzar M., Watson M. *The Dynamics of Social Practice. Everyday Life and How it Changes*. London: Sage, 2012. 208 p.

Silva E., Warde A., Wright D. Using Mixed Methods for Analysing Culture: The Cultural Capital and Social Exclusion Project // *Cultural Sociology*. 2009. Vol. 3 (2). P. 299–316.

Simon J. Discipline and Punish: The Birth of a Middle-Range Research Strategy // *Contemporary Sociology*. 1996. Vol. 25 (3). P. 316–319.

Skokowa L. Identyfikacja religijna w autobiograficznych przekazach młodzieży: proba interpretacji socjologicznej // *Studia Socjologiczne*. 2004. No 4. S. 109–134.

Smartphones are the most common internet access device in the country. September 9, 2016. URL: <https://www.emarketer.com/Article/Internet-Usage-Up-Turkey-Thanks-Part-smartphones/1014458?ecid=NL1002#sthash.K92INHK1.dpuf>. (дата звернення: 05. 11. 2016).

Smith F. *The New American Cultural Sociology: An Introduction* // *The New American Cultural Sociology* / Ed. by F. Smith. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. P. 1–14.

*Social Performance: Symbolic Action, Cultural Pragmatics, and Ritual* / Eds. J. C. Alexander, B. Giesen, J. L. Mast. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 375 p.

*Social Status and Cultural Consumption* / Ed. by Chan Tak Wing. N. Y.: Cambridge University Press, 2010. 290 p.

Southerton D., Shove E., Warde A., Deem R. The social worlds of caravanning: objects, scripts and practices // *Sociological Research Online*. 2001. Vol. 6 (2). P. 1–8.

Special Eurobarometer 399. *Cultural Access and Participation*. Summary. Wave EB79.2. TNS Opinion & Social. European Commission, 2013. 111 p.

Stones R. *Theories of Social Action* // *The New Blackwell Companion to Social Theory* / Ed. by B. S. Turner. Chichester, Blackwell Publishing Ltd, 2009. P. 83–105.

Sullivan O. Busyness, Status Distinction and Consumption Strategies of the Income Rich, Time Poor // *Time&Society*. 2008. Vol. 17 (1). P. 5–26.

Swidler A. What anchors cultural practices // *The Practice Turn in Contemporary Theory* / Eds. T. Schatzki, K. Knorr Cetina, E. von Savigny. London: Routledge, 2001. P. 74–92.

Tanner J. Michael Baxandall and the Sociological Interpretation of Art // *Cultural Sociology*. 2010. Vol. 4 (2). P. 231–256.

Taylor C. To Follow a Rule... // *Bourdieu: Critical Perspectives* / Eds. C. Calhoun, E. Li Puma, M. Postone. Chicago, University of Chicago Press, 1993. P. 44–60.

*The Legacy of Pierre Bourdieu. Critical Essays* / Eds. S. Susen, B. S. Turner. London: Anthem Press, 2011. 470 p.

*The Nexus of Practices: Connections, Constellations, Practitioners* / Eds. A. Hui, T. Schatzki, E. Shove. London: Routledge, 2017. 236 p.

The Practice of Cultural Studies / R. Jonson, D. Chambers, P. Raghuram, E. Tincknell. London: Sage, 2014, 300 p.

The social construction of culture markets: Between incentives to creation and access to culture / Ed. by J. Lopes-Sintas. Barcelona: OmniaScience, 2015. P.101–121.

The Connected Consumer Survey, 2016. URL: <https://www.consumer-barometer.com/en/graph-builder/?question=N3&filter=country:ukraine>. (дата звернення: 07. 11. 2016).

The Ubiquitous Internet. User and Industry Perspectives / Eds. A. Bechmann, S. Lomborg. N. Y.: Routledge, 2015. 190 p.

The UNESCO Culture for Development Indicator: Methodology Manual. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2014. 140 p.

The World Internet Project—2013. International Report. Fifth Edition. URL: <http://www.digitalcenter.org/wp-content/uploads/2013/12/2013worldinternetreport.pdf>.

The World Internet Project, 2016. URL: [www.digitalcenter.org](http://www.digitalcenter.org).

Turner G. British Cultural Studies. An Introduction. London: Routledge, 2003. 272 p.

Understanding Practice: Perspectives on Activity and Context / Eds. S. Chaiklin, J. Lave. N. Y.: Cambridge University Press, 1996. 415 p.

UNESCO Culture for Development Indicator. Ukraine Analytical Brief. EU, 2017. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/culture-for-development-indicators> (дата звернення 04. 02. 2018).

Warde A. Consumption and Theories of Practice // Journal of Consumer Culture. 2005. Vol. 5 (2). P. 131–153.

Warde A. After taste: Culture, consumption and theories of practice // Journal of Consumer Culture. 2014. Vol. 14 (3). P. 279–303.

Warde A., Wright D., Gayo-Cal M. Understanding Cultural Omnivorousness: Or the Myth of the Cultural Omnivore // Cultural Sociology. 2007. Vol. 1 (2). P. 143–164.

Warf B. Anthony Giddens // Key Thinkers on Space and Place / Eds. P. Hubbard, R. Kitchin. Los Angeles: Sage, 2011. P. 178–184.

Wearing B. Leisure and Feminist Theory. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998. 219 p.

Wiggins B., Bowers G. Memes as genre // New Media&Society. 2015. Vol. 17 (11). P. 1886–1906.

Willis J. W. Foundations of Qualitative Research: Interpretive and Critical Approaches. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007. 392 p.

Woodward I. Understanding Material Culture. London: Sage, 2007. 200 p.

Yaish M., Katz-Gerro T. Disentangling «Cultural Capital»: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation // European Sociological Review. 2012. Vol. 28 (2). P. 169–185.

XIX ISA World Congress of Sociology. Power, Violence and Justice. Book of Abstracts. Toronto: International Sociological Association, July 15–21, 2018.



## Додаток А

Таблиця 1

**Культурна партиципація: основні показники за методикою  
Indicator Framework on Culture and Democracy (IFCD)**

Змінна, джерело даних	Назва і зміст показника
<b>Аматорська активність у мистецтві</b> Євростат, 2015	<b>Культурне самовираження і творчість</b> Частка людей, які за останні 12 місяців хоча б раз грали на музичному інструменті, створювали музику, співали, танцювали, брали участь у виставах, фотографували, створювали відео, малювали, писали вірші, розповіді тощо
<b>Знання іноземних мов</b> Євростат, 2016	<b>Інтерес до зарубіжних культур</b> Частка людей віком 25–64 років, які відповідають, що знають хоча б одну іноземну мову
<b>Мобільність студентів</b> Євростат, 2012	<b>Інтерес до зарубіжних культур</b> Частка студентів, які навчаються у країнах ЄС, інших країнах
<b>Інтерес до зарубіжної культури і мистецтва</b> Flash Eurobarometer 432, 2016	<b>Інтерес до зарубіжних культур</b> Частка людей, які вказують на інтерес до іншої культури (релігія, гастрономія, мистецтво тощо) як головну причину провести вихідні поза країною проживання
<b>Добровольча діяльність</b> Євробарометр 75.2, 2011	<b>Самостійне залучення до добровольчої діяльності</b> Частка людей, залучених у неоплачувану добровольчу діяльність у культурній, освітній, мистецькій сферах
<b>Благочинність</b> World Giving Index, 2017	<b>Самостійне залучення до добровольчої діяльності.</b> Частка людей, які жертвували гроші на благодійність в останній перед опитуванням місяць
<b>Розповсюдження культурного контенту онлайн</b> Євростат, 2016	<b>Онлайн-креативність</b> Частка людей, які розповсюджували в інтернеті самостійно створений контент/зміст в останні перед опитуванням три місяці
<b>Створення веб-сайту або блогу</b> Євростат, 2016	<b>Онлайн-креативність</b> Частка людей, які використовували інтернет для створення веб-сайтів або блогів

Джерело: [Indicator Framework, 2017].

## Продовження таблиці 1

Змінна, джерело даних	Назва і зміст показника
<b>Загальні домени верхнього рівня</b> Global Innovation Index, 2017	<b>Онлайн-креативність</b> Кількість загальних доменів верхнього рівня (generic top-level domains) на тисячу населення віком 15–69 років
<b>Домени верхнього рівня за кодом країни</b> Global Innovation Index, 2017	<b>Онлайн-креативність</b> Кількість за кодом країни доменів верхнього рівня на тисячу населення віком 15–69 років
<b>Кількість редагувань Вікіпедії за місяць</b> Global Innovation Index, 2017	<b>Онлайн-креативність</b> Кількість редагувань Вікіпедії за місяць на мільйон населення (15–69 років)
<b>Завантаження на YouTube</b> Global Innovation Index 2017	<b>Онлайн-креативність</b> Кількість завантажень відео на YouTube відносно населення віком 15–69 років
<b>Відвідування веб-сайтів музеїв</b> Євробарометр 79.2, 2013	<b>Онлайн-культурна партиципація</b> Частка людей, що використовують інтернет для відвідування веб-сайтів музеїв, бібліотек та інших спеціалізованих веб-сайтів для отримання знань
<b>Читання блогів про культуру</b> Євробарометр 79.2, 2013	<b>Онлайн-культурна партиципація</b> Частка людей, що використовують інтернет для читання блогів про культуру
<b>Купівля культурних продуктів</b> Євробарометр 79.2, 2013	<b>Онлайн-культурна партиципація</b> Частка людей, що використовують інтернет, щоб купувати культурні продукти – книги, квитки в театр тощо
<b>Пошук інформації онлайн про культурні події</b> Євробарометр 79.2, 2013	<b>Онлайн-культурна партиципація</b> Частка людей, що використовують інтернет для пошуку інформації про культурні продукти або події
<b>Онлайн-культурна партиципація</b> Евростат, 2016	<b>Онлайн-культурна партиципація</b> Частка людей, що використовують інтернет в останні три місяці для того, щоб грати, завантажувати ігри, слухати музику, дивитися інтернет-телебачення або відео

*Продовження таблиці 1*

<b>Змінна, джерело даних</b>	<b>Назва і зміст показника</b>
<b>Онлайн-культурна partiципация</b> Євростат, 2016	<b>Онлайн-культурна партиципация</b> Частка людей, що використовують інтернет в останні три місяці для пошуку інформації у Вікіпедії
<b>Читання онлайн газетних статей</b> Євростат, 2016	<b>Онлайн-культурна партиципация</b> Частка людей, що використовують інтернет в останні три місяці для читання онлайн-новинних сайтів/газет/новинних журналів
<b>Читання книг</b> Євробарометр 79.2, 2013	<b>Пасивна культурна партиципация</b> Частка людей, що в останні 12 місяців читали хоча б одну книгу
<b>Відвідування музеїв</b> European Group on Museum Statistics, 2016.	<b>Пасивна культурна партиципация</b> Загальна кількість відвідувань музеїв на 100 тисяч жителів
<b>Культурні заняття</b> Євростат, 2015	<b>Пасивна культурна партиципация</b> Частка людей, що в останні 12 місяців брали участь у культурній діяльності (кіно, вистави наживо тощо)

*Таблиця 2*

**Культурний доступ і представництво. Основні показники за методикою**  
*Indicator Framework on Culture and Democracy (IFCD)*

<b>Змінна, джерело даних</b>	<b>Назва і зміст показника</b>
<b>Фінансові бар'єри доступу до кінотеатрів</b> Євростат, 2015	<b>Доступ до місць культури і подій</b> Частка людей, що не відвідували кінотеатр за останні 12 місяців через фінансову неспроможність
<b>Фінансові бар'єри доступу до вистав живо живо</b> Євростат, 2015	<b>Доступ до місць культури і подій</b> Частка людей, що не відвідували вистави живо живо (театр, концерт, балет) за останні 12 місяців через фінансову неспроможність
<b>Фінансові бар'єри доступу до місць культури</b> Євростат, 2015	<b>Доступ до місць культури і подій</b> Частка людей, що не відвідували місця культури (історичні, археологічні пам'ятки, музеї, арт-галереї тощо) за останні 12 місяців через фінансову неспроможність
<b>Відсутність можливості відвідувати кінотеатр</b> Євростат, 2015	<b>Доступ до місць культури і подій</b> Частка людей, що не відвідували кінотеатр за останні 12 місяців через відсутність закладів за місцем проживання
<b>Відсутність можливості відвідувати вистави живо живо</b> Євростат, 2015	<b>Доступ до місць культури і подій</b> Частка людей, що не відвідували вистави живо живо (театр, концерт, балет) за останні 12 місяців через відсутність закладів за місцем проживання
<b>Відсутність можливості відвідувати місця культури</b> Євростат, 2015	<b>Доступ до місць культури і подій</b> Частка людей, що не відвідував місця культури (історичні, археологічні пам'ятки, музеї, арт-галереї) за останні 12 місяців через відсутність закладів за місцем проживання
<b>Урядові програми щодо рівності в культурному секторі</b> Компендіум, 2016	<b>Публічні заходи щодо рівності</b> Діяльність урядових робочих груп щодо розв'язання проблем рівності в культурному секторі
<b>Публічні заходи для просування жінок в інституціях культури</b> Компендіум, 2016	<b>Публічні заходи щодо рівності</b> Вжиття публічних заходів щодо просування жінок на ключові позиції в інституціях культури
<b>Дослідження щодо жінок, зайнятих у секторі культури</b> Компендіум, 2016	<b>Публічні заходи щодо рівності</b> Дослідження щодо зайнятості жінок у секторі культури

*Джерело:* [Indicator Framework, 2017].

Таблиця 3

## Домени дослідження культурних практик

Домен	Відвідування, сприймання	Практики як аматорство	Соціальна партиципація, волонтерство
<b>Книги і преса</b>	Читання у вільний час книг, газет, журналів (у паперовій чи дигітальній формі)	Літературна творчість у вільний час – фікшн/нонфікшн, у паперовій або дигітальній формі (включно з блогами)	Публікація памфлетів, звернень, петицій; листи до видавництва газет і часописів; блоги, е-фанзіни, інші публікації в інтернеті
<b>Бібліотеки</b>	Відвідування бібліотек реально/віртуально)	Колекціонування книг, наявність бібліотеки вдома	Волонтерство в бібліотеці, членство в асоціаціях, групах, клубах
<b>Архіви</b>	Відвідування архівів (реально/віртуально).	Аматорські дослідження (генеалогії, локальні історії тощо)	Відвідування архівів (реально/віртуально). Членство в історичних асоціаціях, групах чи клубах (локальна історія, генеалогія тощо). Волонтерство або добровільні внески до таких асоціацій, груп, клубів
<b>Музеї</b>	Відвідування музеїв (реально/віртуально).	Колекціонування.	Членство в асоціаціях, групах, клубах із збереження пам'яток, спадщини. Волонтерство або добровільні внески до таких асоціацій, груп, клубів
<b>Монумент-тальне мистецтво</b>	Відвідування архітектурних або скульптурних споруд на честь визначної події чи особи (реально/віртуально)	Не релевантно	Членство в асоціаціях, групах, клубах із збереження пам'яток, спадщини. Волонтерство або добровільні внески до таких асоціацій, груп, клубів

Продовження таблиці 3

Домен	Відвідування, сприймання	Практики як аматорство	Соціальна партиципація, волонтерство
<b>Археологія</b>	Відвідування археологічних місць (реально/віртуально).	Археологія як хобі	Членство в асоціаціях, групах, клубах із збереження (археологічних) пам'яток. Волонтерство або добровільні внески до таких асоціацій, груп, клубів
<b>Архітектура</b>	Відвідування архітектурних експозицій (реально/віртуально) Відвідування пам'яток (реально/віртуально).	Дизайн власного будинку або домівок інших людей	Членство в асоціаціях, групах, клубах із збереження архітектурної спадщини. Волонтерство або добровільні внески до таких асоціацій, груп, клубів
<b>Прикладна творчість, ремесла</b>	Відвідування ярмарок прикладної творчості. Відвідування музеїв (реально/віртуально)	Вироблення кераміки, скла, прикрас, текстилю тощо	Взяття уроків. Членство у групі чи клубі. Виставляння своїх робіт на виставках або в інтернеті
<b>Візуальні мистецтва</b>	Відвідування художніх виставок, музеїв, галерей (реально/віртуально)	Малювання, графіка, скульптура тощо	Взяття уроків. Членство у групі чи клубі. Виставляння своїх робіт на виставках або в інтернеті
<b>Фотографія</b>	Відвідування виставок фотографії, музеїв, галерей (реально/віртуально)	Художня фотографія як хобі	Взяття уроків. Членство у групі чи клубі. Виставляння своїх робіт на виставках або в інтернеті
<b>Дизайн</b>	Відвідування виставок, музеїв, галерей (реально/віртуально)	Не релевантно	Не релевантно
<b>Реклама</b>	Не релевантно	Не релевантно	Не релевантно

## Продовження таблиці 3

Домен	Відвідування, сприймання	Практики як аматорство	Соціальна партиципація, волонтерство
<b>Драма</b>	Відвідування театральних вистав, кабаре або стенд-ап комедій. Перегляд записів театральних вистав, кабаре, стенд-ап комедій	Виступи в аматорському театрі. Виступи у кабаре або стенд-ап комедіях	Взяття уроків. Членство у групі або клубі. Виставляння своїх вистав, виступів в інтернеті
<b>Танець</b>	Відвідування показів танців, перегляд трансляцій танцювальних виступів. Перегляд записів показів танців через аудіовізуальні медіа (ТБ, відео, інтернет)	Заняття танцями: балет, сучасний танець, хіп-хоп, брейк-данс, народні танці тощо	Взяття уроків. Членство у групі або клубі. Виставляння своїх виступів в інтернеті
<b>Музика</b>	Відвідування опери чи оперетти, вистав, концертів різного типу, музичних фестивалів. Перегляд і прослуховування записів опер, оперет і записів різного виду музики через аудіовізуальні медіа (ТБ, відео, радіо, плеєр, інтернет)	Співи – соло, хор, вокальний ансамбль, опера/оперета, поп- або рок-бенд, реп тощо. Гра на музичних інструментах	Взяття уроків. Членство у групі або клубі. Виставляння своїх виступів в інтернеті
<b>Радіо</b>	Слухання радіотрансляцій	Трансляція як хобі	Добровільна участь у діяльності (непрофесійних) радіостанцій

Продовження таблиці 3

Домен	Відвідування, сприймання	Практики як аматорство	Соціальна партиципація, волонтерство
Телебачення	Перегляд телетрансляцій	Трансляція як хобі	Добровільна участь у діяльності (непрофесійних) телевізійних станцій
Кіно	Відвідування кінотеатру і/або кінофестивалів; перегляд записаних фільмів через аудіовізуальні медіа (ТБ, відео, cd-, mp3-плеєр, інтернет)	Створення фільмів як хобі	Взяття уроків. Членство у групі або клубі. Створення фільмів для громадських асоціацій або груп тиску. Виставляння своїх фільмів в інтернеті
Відео	Перегляд відео	Створення фільмів як хобі	Взяття уроків. Членство у групі або клубі. Створення фільмів для громадських асоціацій або груп тиску. Виставляння своїх відео в інтернеті
Мультимедіа	Використання інтернету для культурних цілей (різні перехресні активності)	Створення продуктів для інтернету (ігри, веб-сайти) як хобі	Не релевантно



## Додаток Б

Таблиця 1

Динаміка функціонування закладів культури  
і дозвілля в Україні, 2011, 2016

Показники	Всього, одиниць		У міських поселеннях		У сільській місцевості	
	2011	2016	2011	2016	2011	2016
Кількість бібліотек, тис.	19326	17003	4615	3479	14 711	13524
Кількість бібліотек у розрахунку на 100 000 осіб	42,4	39,9	14,7	11,8	103,2	103,2
Бібліотечний фонд (примірників) у розрахунку на 100 осіб	696	600	588	487	933	854
Кількість читачів	15 277,7	12658,1	8 388,2	6791,8	6 889,5	5866,3
Видано книжок та журналів читачам за рік (у розрахунку на 1 читача)	23	23	26	26	20	19
Кількість клубних закладів	18 537	17133	2 119	1599	16 418	15534
Кількість місць у клубних закладах	4713 983	4231005	864842	665594	3849141	3565411
Кількість клубних закладів у розрахунку на 100 000 осіб	40,6	40,2	6,8	5,4	115,2	118,6
Кількість місць у клубних закладах у розрахунку на 100 осіб	10	10	3	2	27	27
Кількість демонстраторів фільмів	2 206	1118*	580	442*	1626	676*
Кількість місць для глядачів у залах демонстрування фільмів	581 529	328808	203 782	151659	377 747	177149
Кількість демонстраторів фільмів у розрахунку на 100 000 осіб	4,8	2,6	1,9	1,5	11,4	5,1
Кількість місць для глядачів у залах для демонстрування фільмів у розрахунку на 100 осіб	1	1	1	1	3	1
Кількість глядачів на сеансах	14995,2	108509	14619,1	107267	376,1	124,2

\*Дані щодо демонстрування фільмів, кількості місць, у кінозалах, кількості глядачів на сеансах наводяться на кінець 2015 року.

Продовження таблиці 1

Показники	Всього, одиниць		У міських поселеннях		У сільській місцевості	
	2011	2016	2011	2016	2011	2016
Кількість глядачів на сеансах у розрахунку на 100 осіб	33	25	47	36	3	1
Кількість шкіл естетичного виховання (управління Мінкультури України)	1 476	1296	1 189	1046	287	250
Кількість учнів шкіл естетичного виховання	341 704	304,7	308 125	272969	33 579	31732
Чисельність вчителів шкіл естетичного виховання	39 888	34560	35 933	31083	3 955	3477

*Джерело:* [Заклади культури, 2011; Заклади культури, 2016; Заклади культури, 2017].

## Додаток В

Таблиця 1

Стилі культурно-дозвіллевих практик: кластери, 2017, %

Культурно-дозвіллеві практики (впродовж року)	CL 1 (14%)	CL 2 (10,9%)	CL 3 (20,3%)	CL 4 (21,5%)	CL 5 (25,0%)	CL 6 (8,4%)
Телепередачі	92	63	98	0	98	90
Приймати / перебувати в гостях	71	65	37	15	37	88
Газети, журнали	41	12	37	13	33	71
Прослуховування музики	79	57	13	8	9	85
Інтернет-користування	92	87	31	23	23	92
Рибальство, мисливство, відпочинок на природі	29	35	21	21	19	66
Радіопередачі	38	9	15	5	19	60
Художня література	39	19	21	9	17	71
Кафе, бари, дискотеки	31	77	5	5	4	85
ТРЦ, шопінг	49	36	5	3	4	83
Фахова література	16	19	6	5	5	52
Курорт, подорожі	18	37	7	7	4	75
Стадіон, басейн, тренажерна зала	4	61	6	10	2	47
Електронні, комп'ютерні ігри	20	20	2	4	2	30
Масаж, сауна, фітнес	9	36	5	5	3	44
Кінотеатри	11	42	4	4	2	68
Ресторани, нічні клуби	4	19	3	4	1	32
Концерти, театри	11	15	3	8	4	63
Хобі	22	12	8	6	6	47
Музеї, художні виставки, галереї	4	10	5	5	2	46
Курси – танці, мови, тренінги	2	12	4	2	0	26
Церква (костел, молитовний дім, мечеть тощо)	48	10	21	10	16	53
Просто відпочинок	84	54	0	41	100	77

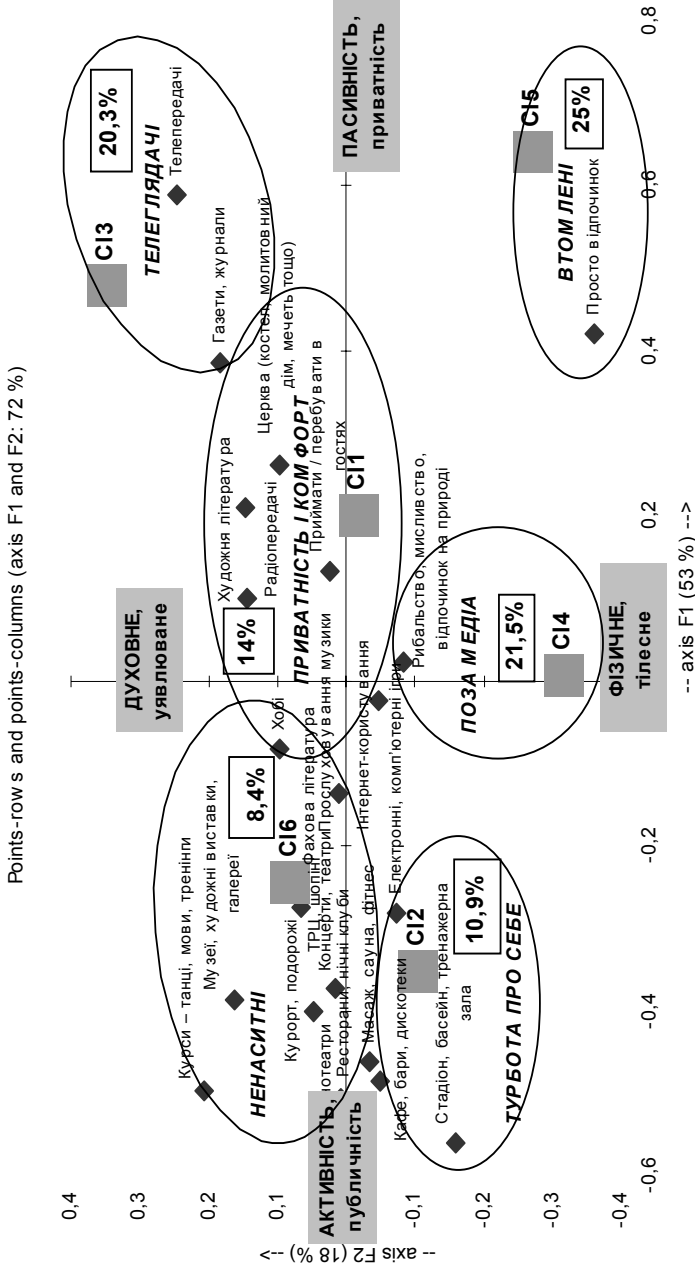


Рис. 1. Культурно-дозвілєві стилі населення України, 2017 (кластерний аналіз, кореспондентський аналіз)\*

\* кореспондентський аналіз,  $\chi^2 = 1002,972$  ( $df=110$ ),  $\chi^2$  критичне значення = 135,484 ( $df=110$ ), значимо на рівні 0,050

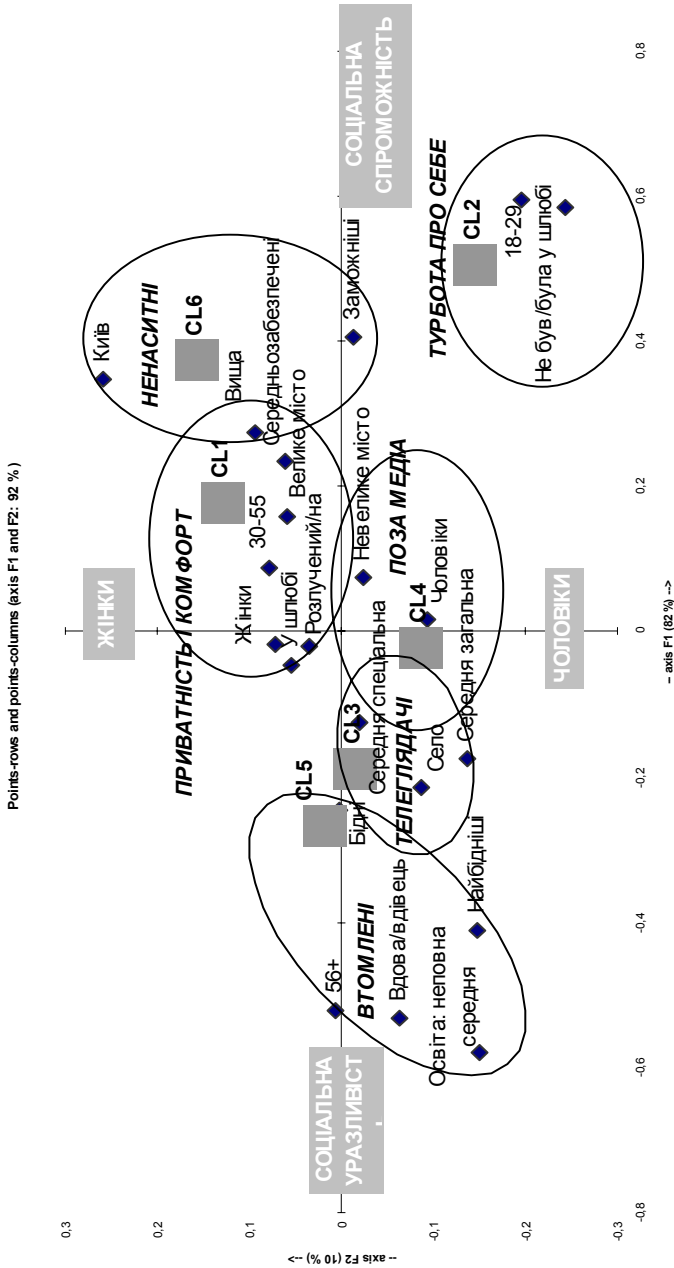


Рис. 2. Соціальна карта культурно-дозвіллевих практик, 2017 (кластерний аналіз, кореспондентс аналіз\*)  
 \*кореспондентс аналіз,  $\chi^2 = 899,919$  ( $df=100$ ),  $\chi^2$  критичне значення = 124,345 ( $df=100$ ), значимо на рівні 0,050

*Наукове видання*

**Людмила Георгіївна Скокова**

**КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ В СУЧАСНОМУ  
СУСПІЛЬСТВІ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ  
ТА ЕМПІРИЧНІ ВИМІРИ**

*(українською мовою)*

Наукові рецензенти:

доктор соціологічних наук **Г. І. Чепурко**  
доктор соціологічних наук **В. В. Чепак**  
доктор філософських наук **В. В. Танчер**

Відповідальний за випуск: *Т. Загороднюк*

Редактор: *Л. Бакланова*

Комп'ютерна верстка: *О. Соколова*

*В оформленні обкладинки використано  
фото із власного архіву авторки*

Підписано до друку 07.12.2018 р. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Папір офс. № 1.  
Друк офсетний. Ум.др.арк. 21. Замов. № . Наклад 300.

---

Видруковано з оригінал-макета, виготовленого в комп'ютерному комплексі  
Інституту соціології НАН України. 01021, Київ-21, вул. Шовковична, 12

---

Надруковано ТОВ НВП «Інтерсервіс».  
02099, м. Київ, вул. Бориспільська, 9