

УДК 316.344

АННА ДОМАРАНЬСКА,

провідний соціолог відділу соціальних структур
Інституту соціології НАН України

Соціокультурний вимір соціальної стратифікації українського суспільства

Анотація

У статті розглянуто можливість через включення додаткового критерію соціального розширення вдосконалювати методики, мета яких — визначити місце розташування індивіда в ієрархічно впорядкованій системі. Емпіричною основою дослідження є дані моніторингу Інституту соціології НАН України. Досліджується взаємозв'язок культурного чинника з іншими критеріями соціальної стратифікації та культурна стратифікація українського суспільства, перевіряється “оттіворе — уніворе” гіпотеза. У результаті конструюється класифікація культурного споживання, яка включає низку стилів: “культурна ізоляція”, “популярна культура”, “традиційний оттіворе” і “сучасний оттіворе”.

Ключові слова: культурне споживання, соціальна стратифікація, критерії соціальної стратифікації, стратифікована класифікація

Постановка проблеми

Для вивчення соціальної стратифікації в розпорядженні у соціологів є добре відомі й широко застосовувані інструменти. Насамперед класова схема Дж.Голдторпа, Р.Ериксона і Л.Портокаро (EGP-схема), типологія Е.Райта, а також Г.Еспін-Андерсена [Симончук, 2007], Міжнародна шкала престижу професій Д.Треймана, соціально-економічний індекс, вихідна ідея розроблення якого належить О.Данкену [Ganzeboom, 2003; Vlaar, Dunkan, 1967]. Однак пошук нових методик вимірювання соціальної стратифікації не припиняється. Підтвердженням того слугує низка праць, опуб-

лікованих в останні кілька років [Шкаратан, 2009; Ковалиско, 2010; Savage et al., 2013].

Причиною незадоволеності наявними методиками може бути переважна спрямованість їх на вивчення одного аспекту соціальної стратифікації — економічного, виходячи із судження, згідно з яким місце в системі поділу праці є вирішальним у контексті соціального розшарування. У результаті з поля зору дослідників вислизують ті грані явища, які важливі для пояснення взаємозв'язків між соціальною стратифікацією і такими явищами, як рівень смертності [Link, 2013], захворюваності [Hollingshead, 1958], ціннісні орієнтації, когнітивна діяльність [Кон, 2007].

М.Саваж, А.Верд і Ф.Дивайн [Savage, 2005] знаходять рішення, звертаючись до теорії П.Бурдьє, згідно з якою соціальний простір є багатовимірним, а місце індивіда в ньому детерміноване позиціями в кількох полях. Кожному полю притаманна власна структура позицій, але спільні правила функціонування. Одним із таких правил є боротьба між новачками і доміантними, “основною ставкою якої слугує збереження чи руйнація структури розподілу специфічного капіталу” [Бурдьє, 1976]. Капітали акумулюються і конвертуються; так, економічний капітал безпосередньо конвертується в гроші й інституціоналізується у формах прав власності, культурний — за певних умов конвертується в економічний капітал і може бути інституціоналізований у формах освітньо-кваліфікаційного рівня, соціальний — складається зі зв'язків, знайомств, які також за певних умов конвертуються в економічний капітал і можуть бути інституціоналізовані у формах аристократичних титулів [Bourdieu, 1986]. Символічний капітал, або капітал честі та престижу, котрий попервах не розпізнається як капітал, оскільки не має конкретного матеріального ефекту, часто видається марнотратством (взьмемо для прикладу урочисті святкування), однак прибуток від такого різновиду капіталу — це вдячність, репутація, повага, готовність співпрацювати, а мета — подальша конвертація в економічний капітал. Скажімо, при укладанні угоди соціальний капітал слугує одночасно і зброєю в переговорах, і гарантією досягнення домовленості [Бурдьє, 2003].

Таким чином, при вивченні соціальної стратифікації необхідно враховувати різні аспекти, і включення культурного чинника як додаткового критерію соціального розшарування може вдосконалити методики, що мають за мету визначення місця індивіда в ієрархічно впорядкованій системі. За концепцією П.Бурдьє, культурний капітал має три стани: “інкорпорований стан, тобто у формі тривалих диспозицій розуму і тіла; об'єктивований стан — у формі культурних товарів (картин, книжок, словників, інструментів, машин тощо); нарешті, інституціоналізований стан, тобто у формі об'єктивації” [Бурдьє, 2002: с. 60].

Загальний обсяг культурного капіталу, а також обсяг економічного, соціального, символічного капіталів і їхня структура зумовлюють відмінності, детермінуючи соціальний простір та класи умов існування. Унаслідок того, що відмінні класи умов існування породжують відмінні або характерні габітуси, котрі, своєю чергою, генерують характерні практики, останні виражають відмінності. Крім того, габітус оцінює, розпізнає й класифікує

ці відмінності шляхом формування уявлень про соціальний світ і перетворення їх на відмітні ознаки певної позиції цього світу, що поряд з іншим утверджуються через структури споживання [Bourdieu, 1984]. Практики споживання виконують дві функції, сутність однієї полягає в демонстрації індивідами належності до певної верстви, а сутність другої — у визначенні меж, що відокремлюють представників однієї верстви від іншої [Бевзенко, 2008]. Вибір на користь тих чи інших практик підтверджує відмінності та сприяє отриманню символічного прибутку [Бурдьє, 2003; Бурдьє, 1993].

Серед практик споживання П.Бурдьє виокремив три основні, властиві панівному класу: харчування, культура і представницькі витрати [Бурдьє, 2005]. “У сфері культурного споживання головна опозиція встановлюється, виходячи із загального обсягу капіталу, між видами споживання, що вважаються благородними вже внаслідок своєї малої поширеності й характерними для груп, які володіють одночасно найбільшим економічним і культурним капіталом, і видами споживання, соціально позначеними як вульгарні внаслідок їхньої доступності й поширеності і характерними для найупослідженіших у цих двох ракурсах груп. При цьому проміжне становище посідають практики, котрі сприймаються як претензійні через явну невідповідність між амбіціями і реальними можливостями” [Бурдьє, 2005: с. 30].

Пропоновану розвідку присвячено вивченню культурного споживання та пошуку відповідей на питання про те, як культурний чинник співвідноситься з іншими критеріями соціальної стратифікації, зокрема економічним, владним і критерієм визнання, і якою є культурна стратифікація українського суспільства. Аналітична стратегія дослідження включає кілька етапів: насамперед аналіз досліджень і публікацій, присвячених цій проблематиці, спрямований на вивчення змін культурного споживання вищих верств суспільства, значення і ролі практик високої культури й культурної ієрархії; потім — класифікація стилів культурного споживання українців; і нарешті, перевірка “omnivore — univore” гіпотези про взаємозв’язок між соціальною стратифікацією і культурним споживанням.

Дослідження культурного споживання

Існують різні точки зору щодо культурної ієрархії. Одні автори дотримуються думки, що культурні практики і вподобання не можуть вибудовуватися за ієрархічним принципом, хоча П.Бурдьє певен, що висока культура і витончений смак протиставляються популярній культурі та примітивному смаку. Крім того, існує відповідність між культурним споживанням і соціальною позицією: витончений стиль споживання характерний для верхівки соціальної ієрархії, а невибагливий — для нижчих верств (гіпотеза “homology”) [Bourdieu, 1984].

П.Бурдьє вважав, що культура панівного класу збігається з високою культурою, якій назагал властиві: а) вибірковість у споживанні й використанні культурних цінностей; б) критичне сприйняття культурних стандартів; в) розвинений художній смак [Николаенко, 2011]. Проте під

впливом технологічних і соціальних змін, що відбулися впродовж останніх 30–40 років, практики культури, що могли б слугувати “маркером” належності до вищих верств суспільства [Шматко, 2003], породжувати й закріплювати соціальну дистанцію, зазнали трансформацій. Т.Кац-Геро і М.Джегер серед сучасних тенденцій називають динамічне розширення переліку можливих уподобань і масову участь в культурних подіях [Katz-Gerro, Jaeger, 2013].

Тому, як змінилося значення та зміст високої культури, які практики і переваги притаманні вищим верствам суспільства і як змінилися властивості, функції культурного капіталу, присвячені праці Т.Бенета, М.Саважа, Е.Силви, А.Верда, Д.Райта, М.Гайо-Кала, А.Приє [Bennett et al., 2009; Prieur, Savage, 2011; Prieur, Savage, 2013]. Отримані результати свідчать, що в багатьох європейських країнах значущість практик традиційної високої культури ослаблена, водночас сучасна висока культура асоціюється із різномісцевістю, культурною компетенцією, толерантністю, відкритістю до нових ідей і вражень, космополітичністю, інноваційністю, зорієнтованістю на технології, інформаційні системи.

На тлі змін культурного споживання вищих верств суспільства змінилася культурна ієрархія в цілому. Р.Петерсон [Peterson, 1996; Peterson, 2005] запропонував модель “omnivore — univore” (буквально: “всеїдний — той, що вживає один вид їжі”), оскільки вважає, що такий підхід краще узгоджується зі складністю досліджуваного феномену, бо враховує не лише поділ на високу та масову культуру, а й розмаїття, інтенсивність культурного споживання. Стиль “omnivore” передбачає споживання як високої, так і популярної культури, а “univore” — тільки популярної (“omnivore — univore” гіпотеза).

В емпіричних дослідженнях тестують обидві моделі культурного розшарування: високу — масову культуру і omnivore — univore, а культурне споживання вивчають, концентруючи увагу на вподобаннях і перевагах індивідів. Наприклад, Т.Чан і Дж.Голдторп досліджують три сфери культурного споживання: 1) музику; 2) театр, кіно, танцювальне мистецтво і 3) образотворче мистецтво. Індикаторами виступають переваги щодо жанрів музики, відвідування культурних подій і заходів, таких як концерти, спектаклі, балети, художні виставки [Chan, 2007]. М.Саваж і Е.Верд, вивчаючи стилі життя, розглядають участь в культурних подіях і переваги у сфері телебачення, медіа, літератури, образотворчого мистецтва, музики, харчування, спорту і дозвілля [Le Roux, 2008; Prieur, 2011].

Т.Чан і Дж.Голдторп застосували метод аналізу латентних класів (latent class analysis) для визначення стилів культурного споживання у Великій Британії. Отримана класифікація сконструйована відповідно до моделі “omnivore — raucivore — univore”, де “omnivore” передбачає широкий діапазон переваг і практики як високої, так і популярної культури, “raucivore” — вулгарний, а “univore” — лише вузький діапазон уподобань і практики тільки популярної культури. Ідеться про чотири рівні — найвищий, четвертий приписують індивідам, яким притаманні риси “omnivore” і “raucivore”, наприклад, різноманітні переваги стосовно музики і театру та вибірковість у плані образотворчого мистецтва. До третього рівня віднесено

індивідів, котрі мають риси “omnivore” і “univore”, другий рівень — “univore” і “paucivore”, і до нижнього, першого рівня належать індивіди, які мають риси “univore” і ознаку неактивності, скажімо, воліють слухати суто поп- чи рок-музику, відвідують тільки кінотеатри. Вищим верствам суспільства властиві четвертий або третій рівні, а нижчим — перший рівень класифікації [Chan, 2007].

У процесі вивчення культурного споживання в шести країнах (США, Франція, Чилі, Угорщина, Нідерланди і Велика Британія), Т.Чан і Дж.Голдторп тестували “homology” і “omnivore — univore” гіпотези й отримали явне підтвердження останньої. Вищим верствам суспільства притаманний широкий діапазон культурного споживання, що передбачає як практики високої культури — highbrow (опера, театр, класична музика), пересічної — middlebrow (джаз, мюзикл, кіно), так і практики низької культури — lowbrow (поп-, рок-музика). Стиль споживання винятково практик високої культури був виявлений лише в Угорщині та Нідерландах, він властивий старшим віковим групам [Chan, 2007]. М.Саваж методом аналізу відповідностей (correspondence analysis) класифікував контрастні стилі культурного споживання: стиль “масова культура”, що виявляється в байдужості до культурного життя й у преферентності інтенсивного перегляду телепередач, мильних опер, протиставляється стилю “висока культура”, презентованому відвідуванням культурних подій і преферентністю класичної музики, сучасної літератури, імпресіонізму [Le Roux, 2008].

Досліджуючи преференції в культурі українців, поряд із дослідницьким досвідом західних соціологів, важливо враховувати вплив радянської соціальної стратифікації, що, за Л.Гудковим і Н.Зоркою [Гудков, 2013], полягав у політиці “зрівнялівки”, суть якої зводилася до того, що “партійна влада всіляко нав’язувала уявлення про соціальну однорідність соціуму”, “наполягала на відсутності значимих розбіжностей у споживанні, у способі життя між верхами і низами” [Гудков, 2013: с. 18]. Згодом “були ослаблені такі соціальні механізми підтримання міжгрупових меж, як мода або етнічність”, стилі “споживання не могли соціально відтворюватися, тобто вони не закріплювалися у вигляді традиційних і тим паче станових форм поведінки, визнаних легітимними більшістю населення”, що призвело до “уніфікації масових преференцій і споживчих орієнтацій: дво-трикімнатна окрема квартира для нуклеарної міської родини, другий будинок — “дачний будинок на 6 сотках” або сільський будинок родичів у селі, і як пік бажань — “Жигулі”” [Гудков, 2013: с. 19].

Емпірична база

У праці застосовано метод вторинного аналізу, базованого на даних моніторингу Інституту соціології НАН України, основна частина анкети якого містить запитання, присвячені практикам дозвілля, а змінювана частина анкети 2007 року і 2013 року включала дослідницький блок про культурне споживання. За винятком зазначеного, анкета охоплює запитання, необхідні для конструювання ЕГР-схеми, яка в розгорненому вигляді містить 11 категорій.

Критерії соціальної стратифікації операціоналізовано¹ таким чином. Економічний — через показники, що відображають матеріальне становище сім'ї за самооцінкою або рівень заробітної плати. Владний — через статус зайнятості й кількість найманих або підлеглих працівників для відображення рівня та наявності повноважень як права впливати на дії інших і здійснювати контроль через накази й розпорядження. Визнання подано через престиж типів зайнятості. Заняття впорядковано за рівнем престижу професій, які належать до конкретного типу. Рівень престижу визначали через оцінки, надані респондентами в рамках опитування.

Аналіз обмежується розглядом культурного споживання жителів міст із населенням понад 250 тис. осіб віком 25–55 років ($N = 394$). Вибір міського населення зумовлений завданнями відділу соціальних структур Інституту соціології НАН України з планової теми про структурні виміри соціального простору міста. Вибір вікових меж визначений результатами попередніх досліджень, котрі підтвердили, що вік найбільшою мірою впливає на пререференції й інтенсивність дозвілля [Домаранська, 2013].

Результати дослідження

Для формування припущень стосовно культурної ієрархії українського суспільства попередньо був розглянутий статус практик традиційної високої культури як “маркера” вищих верств суспільства. З проведеного аналізу випливає низка узагальнень.

¹ Ознаки, що відображають матеріальне становище сім'ї (“робимо заощадження, живемо в повному достатку”; “вистачає на все необхідне, але не до заощаджень”; “вистачає в цілому на проживання”; “вистачає тільки на харчування, іноді голодуємо”) і рівень заробітної плати (≥ 3000 грн; 2999–2000 грн; 1999–1000 грн; ≤ 999 грн). Рівень повноважень — роботодавець, понад 10 найманих працівників; роботодавець, до 9 найманих працівників; керівник, більш як 10 підлеглих; керівник, до 9 підлеглих; самозайнятий, без найманих працівників; найманий працівник без підлеглих; студент, учень, домогосподарка, пенсіонер; безробітний). Рівень престижу типу зайнятості визначали через оцінки, надані респондентами в рамках опитування. Було використано 5-бальну шкалу, де 1 означає дуже високий престиж професії, 2 — високий, 3 — середній, 4 — низький, 5 — дуже низький. Заняття впорядковували відповідно до рівня престижу професій. Так, перша група включає професії з високим рівнем престижу, що відповідають таким типам зайнятості: професійний політик, керівний працівник і службовець держапарату, керівник підприємства, установи чи сільгоспідприємства. Середні значення оцінок престижу професії міністра дорівнює 1,5, депутата — 1,7, керівника банку — 1,8, директора заводу — 1,9. Друга група об'єднує професії з високим рівнем престижу, це фахівці у сфері науки, культури, охорони здоров'я, освіти, дошкільного виховання (учений — 2,3, лікар — 2,4, актор — 2,8), підприємці у великому, середньому, малому або індивідуальному бізнесі (підприємець — 2,5, фермер — 2,8, комерсант — 3). Далі йдуть професії із середнім рівнем престижу: фахівці технічного профілю (інженер — 3,1, агроном — 3,1), працівники правоохоронних органів, військовослужбовці (військовослужбовець — 3,1). Остання група професій із рівнем престижу, нижчим за середній, містить категорії службовців із числа допоміжного персоналу (медсестра — 3,3, водій — 3,5, офіціант — 3,7), кваліфікованих робітників (телемеханік — 3,6, швея — 3,7, майстер-годинникар — 3,7) і працівників сільгоспідприємств (механізатор, тракторист, комбайнер — 3,7).

По-перше, практики традиційної високої культури (відвідування театру, художніх виставок, галерей, преферування класичної музики) не належать до привабливих. На запитання моніторингу 2007 року (*Як би Ви хотіли проводити свій вільний час?*) незалежно від самооцінки соціального статусу городяни передусім відповідали: “Проводити більше часу з рідними та дітьми”, “Подорожувати” і “Гуляти на свіжому повітрі”. Чисельність груп, які б хотіли більше часу проводити, відвідуючи театр, художні виставки, галереї, частіше слухати класичну музику, серед категорій із різною самооцінкою соціального статусу значимо не відрізняється. Перелічені практики посідають дванадцяте, шістнадцяте і двадцять четверте місце в рейтингу після таких занять, як “підтримка гарної фізичної форми”, “турбота про зовнішність” і “відпочивати без жодних занять” (табл. 1).

Таблиця 1

**Бажані заняття у вільний від основної й хатньої роботи час,
моніторинг Інституту соціології НАНУ, 2007**

№	Варіанти відповіді	Соціальне становище в суспільстві за самооцінкою, %			Міста 250 тис.+ загалом
		Високе	Середнє	Низьке	
1	2	3	4	5	6
1	Більше гуляти, дихати свіжим повітрям	51,2	58,9	54,9	57,3
2	Частіше спілкуватися з рідними, дітьми	63,4	54,1	56,5	55,2
3	Подорожувати, відвідувати нові місця	63,4	56,0	43,0	52,5
4	Частіше спілкуватися з друзями, колегами	56,1	46,3	35,8	43,8
5	Приділяти більше часу фізичній формі	41,5	42,4	25,9	37,6
6	Більше відпочивати без жодних занять	46,3	35,3	37,3	36,6
7	Частіше ходити на концерти	29,3	37,6	25,4	33,5
8	Частіше читать художню літературу	31,7	32,8	26,9	31,0
9	Більше часу приділяти турботі про зовнішність	19,5	30,5	21,8	27,2
10	Більше часу приділити оформленню помешкання	24,4	27,1	24,9	26,2
11	Більше дивитися телепередачі	22,0	26,4	22,8	25,0
12	Частіше відвідувати театр	29,3	24,8	24,9	25,0
13	Частіше переглядати нові фільми	29,3	27,3	17,6	24,6
14	Частіше читати газети й часописи	24,4	23,6	24,9	24,0
15	Частіше бувати в кінотеатрі	19,5	23,4	14,5	20,5
16	Частіше відвідувати художні виставки, галереї	19,5	15,8	14,5	15,6
17	Відвідувати курси	14,6	15,8	14,5	15,3
18	Частіше слухати народні пісні	7,3	11,9	21,2	14,3

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
19	Частіше слухати сучасні пісні, рок-музику	7,3	17,7	8,3	14,3
20	Частіше ходити в кав'ярні, бари, піцерії тощо	14,6	16,3	7,3	13,5
21	Частіше відвідувати спортивні види-вища	17,1	14,9	8,8	13,2
22	Частіше ходити до магазинів, займатися шопінгом	14,6	12,8	8,3	11,6
23	Більше займатися активними видами відпочинку	17,1	13,1	4,7	10,9
24	Частіше слухати класичну музику	9,8	10,8	9,8	10,4
25	Більше уваги приділяти релігійному життю	4,9	9,4	12,4	10,1
26	Більше часу приділяти аматорству, хобі	12,2	10,8	7,3	9,8
27	Більше часу приділяти домашнім тваринам	7,3	9,6	7,8	8,9
28	Частіше відвідувати будинки культури, дискотеки	12,2	9,6	5,2	8,5
29	Частіше кататися на роликах, велосипеді	17,1	8,9	4,1	8,0
30	Частіше відвідувати нічні клуби, казино, ресторани	14,6	8,0	4,1	7,3
31	Більше допомагати іншим	0,0	7,1	6,2	6,4

Рівень популярності практик традиційної високої культури залишається майже незмінним упродовж останніх 10 років (табл. 2). У 2002 році частка респондентів, які воліють у вільний від основної та хатньої роботи час відвідувати театри, концерти, музеї, художні виставки, становила 3,4%, у 2012 році – 2,6%.

Таблиця 2

Динаміка практик традиційної високої культури за результатами моніторингу Інституту соціології НАНУ (2002–2012)

Відвідування театрів, концертів, музеїв, художніх виставок	2002	2004	2006	2008	2010	2012
% серед усього населення України	3,4	2,2	2,9	3,6	3,6	2,6

По-друге, перелік практик дозвілля, які обирають респонденти, котрі посідають найвищі позиції в соціальній ієрархії, свідчить про вибір не на користь практик традиційної високої культури. За даними 2002 року, городяни, які володіють великим обсягом економічного капіталу або великим обсягом повноважень чи визнання, частіше за представників інших груп на-

селення віддавали перевагу заняттям з комп'ютером (39,3%), перегляду відео (32,1%), відвідуванню церкви (28,6%), відвідуванню ресторанів, нічних клубів (25%), вивченню літератури за фахом (21,4%), іграм у шахи (17,9%), відвідуванню басейну, спортивного залу (14,3%). У 2012 році перелік включає вивчення літератури за фахом (16,4%), настільні ігри (шахи, шашки, карти, доміно та ін.) (14,6%) і відвідування басейну, спортивного залу (9,4%).

Однак спостерігаються відмінності у ставленні до практик традиційної високої культури серед представників різних соціальних класів, визначених за EGP-схемою. Серед службових класів (професіонали, адміністратори, держслужбовці, керівники, власники) охочих частіше відвідувати театри, галереї та слухати класичну музику значно частіше (I Верхній: 37,8%; 27,6%; 21,3% і II Нижній: 39,8%; 29,0%; 14,0% відповідно), ніж серед кваліфікованих (VI) і некваліфікованих робітників (VIIa) 9,2%; 0,8%; 5,0% і 5,7%; 9,1%; 2,3% відповідно. Серед некваліфікованих робітників фізичної праці в сільському господарстві (VIIb) і самозайнятих фермерів (IVc) узагалі немає охочих проводити вільний час у такий спосіб.

У процесі дослідження було виявлено зв'язок між владним критерієм соціальної стратифікації і преференціями щодо практик традиційної високої культури. Для перевірки гіпотези про існування відмінностей у преференціях щодо практик традиційної високої культури серед груп з різним матеріальним становищем, рівнем повноважень і престижем професій було використано багатофакторний дисперсійний аналіз. Залежною змінною виступав адитивний індекс, обчислений як сума всіх відповідей на запитання про преференції, зокрема, вибір класичної музики, науково-популярної літератури чи літератури гуманітарного профілю, літератури про мистецтво, відвідування театрів, концертів, музеїв, художніх виставок або бажання їх відвідувати, також бажання проводити більше часу, слухаючи класичну музику. Значення індексу варіюють від 0 до 7, де 0 означає, що індивід не обирає перелічені практики (таких 50% городян), а 7 — респондент віддає перевагу всім указаним практикам (таких 0,3%). У середньому опитані обирають 2 практики.

Результати (табл. 3) вказують на статистично достовірний вплив рівня повноважень ($F = 3,013, p = 0,011$) і взаємодії владного критерію та критерію визнання ($F = 1,729, p = 0,041$) на преференції щодо практик традиційної високої культури. За допомогою тесту Данкена було визначено дві гомогенні підгрупи, одна з яких подана респондентами, які володіють повноваженнями: керівники і великі роботодавці, а інша — респондентами, котрі таких не мають: наймані працівники, самозайняті, студенти, домогосподарки, непрацюючі пенсіонери та безробітні. Загалом дисперсія залежної змінної зумовлена рівнем повноважень і взаємодією владного критерію та критерію визнання на 1,6% і 2,8% відповідно. Отже, громадяни з високим рівнем повноважень частіше обирають практики традиційної високої культури, ніж громадяни з меншим рівнем повноважень або зовсім без них.

Можна стверджувати, що роль практик традиційної високої культури в маркуванні належності до вищих верств суспільства ослаблена. Але чи означає це, що преференції в культурі не є відмітною ознакою соціального

статусу. Щоб проаналізувати розташування преференцій у сфері музики, літератури, кіно, дозвілля й інформаційних технологій у просторі критеріїв соціальної стратифікації і класифікувати стилі культурного споживання українського суспільства, використано метод множинного аналізу відповідей. Із розгляду було виключено категорії, наповненість яких не перевищувала 25 респондентів.

Таблиця 3

Оцінювання ефектів міжгрупових факторів

Компоненти моделі	Сума квадратів	Кількість ступенів свободи	Середній квадрат	F-критерій	Значимість	Частковий η^2
Скоригована модель	225,813a	65	3,474	2,577	0,000	0,157
Вільний член	70,184	1	70,184	52,062	0,000	0,055
Заробітна плата	4,359	3	1,453	1,078	0,358	0,004
Повноваження	20,308	5	4,062	3,013	0,011	0,016
Престиж професії	6,363	3	2,121	1,573	0,194	0,005
Заробітна плата × Повноваження	25,030	15	1,669	1,238	0,237	0,020
Заробітна плата × Престиж	6,716	9	0,746	0,554	0,835	0,005
Повноваження × Престиж	34,955	15	2,330	1,729	0,041	0,028
Зарплата × Повноваження × Престиж	18,212	15	1,214	0,901	0,563	0,015
Помилка	1214,619	901	1,348			
Загалом	1981,000	967				
Скоригований результат	1440,432	966				

На рисунку подано розташування практик, уподобань і преференцій у двовимірному просторі, горизонтальна вісь якого відображає ключовий фактор, що найбільшою мірою диференціює преференції й описує найбільшу частку інерції – 45%. Вісь умовно названо фактором соціальної стратифікації, оскільки значимими для її інтерпретації є точки всіх трьох обраних критеріїв (значення абсолютних внесків перевищують середнє значення, а значення відносних внесків указують на високу кореляцію точок із віссю). Таким чином, правий полюс передбачає наявність великих повноважень, великий обсяг економічного ресурсу і визнання, тоді як лівий полюс – відсутність будь-яких повноважень, престижу і матеріальних благ.

Інші чинники проінтерпретовано так: 2) матеріальне становище – 13% поясненої інерції, 3) статус зайнятості – 8%, 4) престиж професії та рівень заробітної плати – 6%, 5) зайнятість на оплачуваній/неоплачуваній роботі – 5%, 6) рівень повноважень і дохід – 5%. Загалом пояснено 82% інерції, що є доволі високим показником якості.

Класифікація сконструйована на підставі розташування преференцій уздовж осі “соціальна стратифікація” і містить чотири стилі культурного споживання.

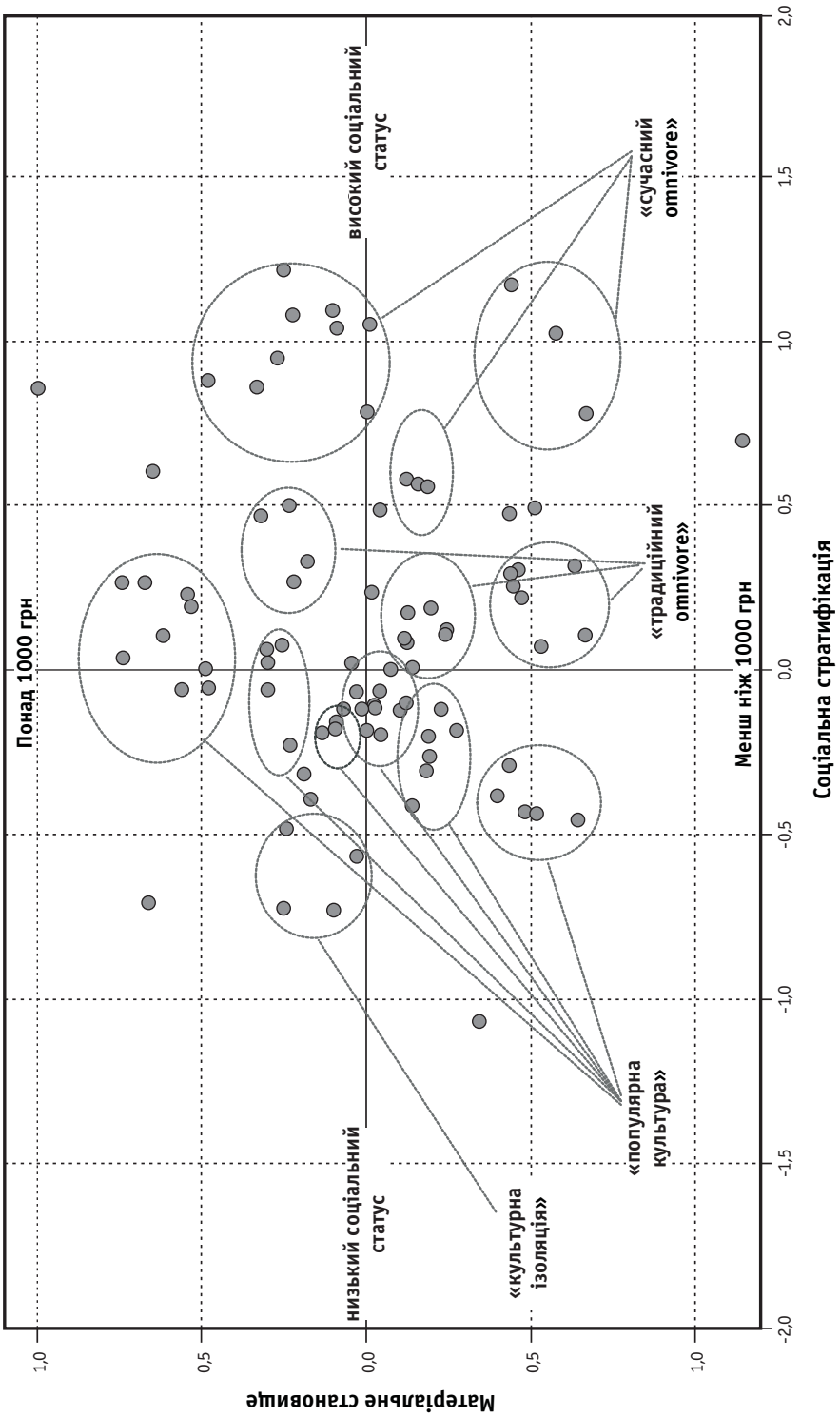


Рис. Практики, вподобання і переваги у просторі критеріїв соціальної стратифікації

1. Стиль “культурна ізоляція”, що найближче розташований до лівого полюса осі, передбачає відповіді: не читаю художню літературу, не читаю спеціалізовану літературу, не користуюся комп’ютером та Інтернетом, не знаю англійської мови. За соціально-демографічними характеристиками це громадяни віком 51–55 років, із загальною середньою освітою, зайняті на підприємствах колективної власності й оцінюють своє становище в суспільстві як низьке.

2. Стиль “популярна культура” включає кілька типів, переважно розташованих у лівій частині карти.

По-перше, це типи, що займають лівий нижній квадрат:

- читання літератури про кулінарію, домоводство, преференції щодо мелодрам і музичних фільмів, романів про кохання і російських народних пісень;
- читання гороскопів, сонників, літератури про догляд за домашніми тваринами, квітами, гумористичної літератури, вибір фільмів про проблеми життя сучасної людини (соціальна драма), романсів й естрадних пісень минулих років;
- у вільний час читання газет, часописів, прогулянки на свіжому повітрі, шопінг, спілкування по стаціонарному телефону, прийом або відвідування гостей, вибір детективного жанру художньої літератури, поп-музики (української, російської, закордонної) і комедійних фільмів.

За соціально-демографічними характеристиками це жінки, які перебувають у зареєстрованому шлюбі, із середньою професійною освітою, наймані працівниці державного сектору, які за самооцінкою мають середній статус у суспільстві.

По-друге, типи, розташовані у верхній частині карти:

- преференції щодо таких музичних жанрів, як рок і пісні під гітару, фантастичних і гостросюжетних фільмів, читання спеціалізованої літератури з сексології, психології, заняття риболовлю, полюванням або робота за сумісництвом;
- віддання переваги фільмам жаків, історичним фільмам і мультфільмам, джазу, блюзу і саундтрекам, відвідуванню кафе, барів, дискотек.

Це наймані працівники, із середньою професійною освітою і престижем професії, нижчим за середній, мешканці міст із населенням понад 1 млн або міст із населенням від 250 до 500 тис., які оцінюють свій статус у суспільстві як середній і відносять себе до середнього чи до робітничого класу. Своїми досягненнями вважають дружню родину й надійних друзів.

І нарешті, тип, розташований у центрі карти:

- дозвілля, що складається з перегляду телепередач, просто відпочинку без жодних занять, вибір на користь шансону та детективних фільмів.

Це жителі великих міст віком 36–55 років, які перебувають в зареєстрованому шлюбі, мають середню спеціальну або повну вищу освіту, фахівці технічного профілю із середнім рівнем престижу професії, зайняті на підприємствах промислового сектору, в оптовій/роздрібній торгівлі або приватних підприємствах малого бізнесу.

3. Стиль “традиційний omnivore” включають практики, що передбачають рівень культури, значно вищий за властивий попередньому стилю. Про це свідчить більша кількість практик читання, в тому числі такі практики дозвілля, як читання художньої літератури і відвідування бібліотек. Разом із тим про традиційність свідчать преференції щодо класичних жанрів і відсутність практик, пов’язаних із сучасними технологіями. Цей стиль передбачає кілька типів, розташованих на правій частині карти:

- вибір класичної музики, російської класичної літератури, спеціалізованої літератури з медицини та релігії, словників і енциклопедій, знання англійської мови на середньому рівні (правий нижній квадрат);
- читання художньої літератури у вільний час, преференції щодо сучасної російської прози, історичних романів, спеціалізованої літератури гуманітарного профілю і літератури про ремонт, сад, город, серед музичних жанрів вибір на користь українських народних пісень (правий нижній квадрат);
- відвідування бібліотек, вибір на користь закордонної класики, спеціалізованої літератури про політику і міжнародні відносини, а також бардівських пісень (правий верхній квадрат).

За соціально-демографічними характеристиками це наймані працівники, фахівці у сфері науки, культури, охорони здоров’я, освіти, дошкільного виховання, зайняті в державному секторі, які оцінюють свій статус у суспільстві як середній. Також вважають своїми досягненнями дружню родину і надійних друзів, зорієнтовані на традиції, цінності та норми поведінки східнослов’янських країн.

4. Стиль “сучасний omnivore” подібно до попереднього стилю охоплює практики високої культури (відвідування музеїв, театрів), але на відміну від нього не виключає міжкультурні практики і використання інформаційних технологій. Якщо попередній, третій стиль вирізняється зорієнтованістю на спеціалізовану літературу в пошуках необхідної інформації, для четвертого стилю характерно для цієї мети використовувати Інтернет. Стиль передбачає кілька типів, найближче розташованих до правого полюса горизонтальної осі:

- вільне володіння англійською мовою, заняття з комп’ютером у вільний час — для ігор, у робочий час — для виконання виробничих завдань, а також використання Інтернету з метою пошуку інформації для підвищення кваліфікації, інформації, необхідної для виконання професійних обов’язків, інформації на цікаві теми (наприклад, автомобілі, спорт, мистецтво), використання електронної пошти, на додаток — вибір на користь спеціалізованої літератури про комп’ютери і комп’ютерні програми (правий верхній квадрат);
- відвідування кінотеатрів, концертів, театрів, музеїв, виставок та інших культурних подій, читання літератури за фахом і використання комп’ютера для прослуховування музики і перегляду фільмів (правий нижній квадрат);

— використання Інтернету для ознайомлення з останніми новинами, вибір спеціалізованої літератури з питань економіки, бізнесу, фінансів, маркетингу, а також про подорожі (правий нижній квадрат).

За соціально-демографічними характеристиками це городяни, із повною вищою освітою, які працюють за наймом й оцінюють свій статус у суспільстві як середній.

Найбільшу частку становлять носії стилю “популярна культура” — 55,3% населення великих міст віком 25–55 років. Стиль “традиційний omnivore” охоплює більшу частку, ніж стиль “сучасний omnivore”, — 21,6% і 14,2% відповідно. Частка городян, які не читають художню і спеціалізовану літературу, не користуються комп’ютером та Інтернетом, не знають англійської мови, становить 9% жителів міст.

Розташування стилів культурного споживання уздовж осі засвідчує наявність зв’язку між культурним чинником та іншими критеріями соціальної стратифікації. Преференції в культурі є істотною відмінною ознакою соціального статусу індивіда, проте впорядкування відбувається в термінах не моделі “висока — масова культура”, а моделі “omnivore — univore”. Рівень і діапазон культурного споживання співвідносяться із соціальною позицією індивіда, стиль “культурна ізоляція” властивий найнижчим верствам суспільства, стиль “популярна культура” — верствам, розташованим нижче середнього рівня, стилі “традиційний omnivore” і “сучасний omnivore” — середнім верствам суспільства. Результати аналізу даних моніторингу 2013 року також підтверджують “omnivore — univore” гіпотезу, класифікація преференцій у культурі включає такі стилі: “сучасний витончений смак”, властивий групам із соціальною позицією, вищою за середній рівень, для яких характерними є ознаки сучасної високої культури, визначені західними соціологами: інноваційність, багатогранність; “сучасна популярна культура”, притаманна середнім верствам суспільства і характерною рисою якої є кількісне переважання практик придбання над декларованими преференціями; невибагливий смак” і “культурна ізоляція”, властиві нижчим верствам суспільства [Домаранська, 2013].

Крім того, для даних моніторингу 2007 року був виявлений помірний позитивний зв’язок між преференціями в культурі й рівнем освіти (значення поліхоричного коефіцієнта кореляції дорівнює 0,40), між преференціями в культурі та престижем типу зайнятості (0,38), між преференціями в культурі і оцінкою добробуту сім’ї (0,31), не надто великий зв’язок між преференціями в культурі та рівнем заробітної плати (значення поліхоричного коефіцієнта кореляції дорівнює 0,18) і між преференціями в культурі і рівнем повноважень — 0,17. Для даних моніторингу 2012 року було виявлено помірні позитивні зв’язки між преференціями в культурі і такими характеристиками, як компетентність (об’єднує ознаки: рівень освіти, його відповідність виконуваний роботі, рівень кваліфікації, використання сучасних технологій), престиж професії (вимірюваний за Міжнародною шкалою престижу професій Д.Треймана), розмір майна (наявність будинку, квартири, дачної будівлі, автівки — усього 18 позицій) і матеріальне становище сім’ї (від “живемо у повному достатку / є заощадження” до “іноді злидаруємо /

голодуємо”); значення поліхоричного коефіцієнта кореляції дорівнюють 0,41, 0,36, 0,34 і 0,32 відповідно [Макеєв, 2014].

Результати підтверджують вплив критеріїв соціальної стратифікації на діапазон культурного споживання: кількість практик дозвілля, інтенсивність використання технологій і кількість преферентних жанрів літератури залежить від критеріїв соціальної стратифікації. Для перевірки припущення було сконструйовано адитивний індекс, обчислений як сума відповідей на запитання про практики та жанри, яким віддає перевагу індивід. Порівняння середніх значень шляхом однофакторного дисперсійного аналізу свідчить про наявність значимих відмінностей на рівні 0,05 для груп, сформованих за критеріями соціальної стратифікації. Так, середня кількість практик дозвілля збільшується мірою підвищення рівня престижу професії (низький престиж професії — 5 практик, дуже високий престиж — 7). Середня кількість преферентних жанрів художньої та спеціалізованої літератури також збільшується мірою підвищення рівня престижу професії (низький престиж професії — 4 жанри, дуже високий престиж — 6). Крім того, кількість жанрів літератури пов'язана із рівнем повноважень і типом зайнятості респондента: самозайняті та дрібні роботодавці в середньому обирають 3 жанри; домогосподарки, студенти, непрацюючі пенсіонери та наймані працівники — 4, керівники й великі роботодавці — 5, великі керівники (мінімум 10 підлеглих) — 6. Інтенсивність використання технологій взаємозалежна із матеріальною забезпеченістю та рівнем престижу професії, городяни із заробітною платою, меншою за 999 грн, і рівнем престижу професії, нижчим за середній, використовують комп'ютер та Інтернет у середньому для 1 мети, громадяни із заробітною платою понад 3000 грн і дуже високим рівнем престижу — для 2–3 цілей. Середня кількість преферентних жанрів музики та фільмів не збільшується мірою підвищення матеріального добробуту, рівня повноважень і престижу.

Висновки

Підсумовуючи, зазначу, що в емпіричних дослідженнях культурне споживання заведено вивчати, концентруючи увагу на вподобаннях і преференціях індивідів. Домінантними способами опису культурного розшарування є дихотомії: “висока — масова культура” і “omnivore — univore”. Отримана класифікація стилів культурного споживання відповідає моделі “omnivore — univore”.

Загалом акцент із відмінностей між високою й масовою культурою на користь відмін між стилями “omnivore” і “univore” був зміщений через зміну культурного споживання вищих верств суспільства, отже, зміни статусу практик традиційної високої культури. Городяни, які володіють великим обсягом економічного капіталу або великим обсягом повноважень чи визнання, частіше за інші групи населення віддають перевагу вивченню літератури за фахом, настільним іграм, відвідуванню басейну, спортивного залу. Відвідування театру, художніх виставок, галерей, вибір на користь класичної музики не популярні серед усього населення, але їм віддають перевагу індивіди, які володіють тим чи іншим рівнем повноважень. Результати

вказують, що існує зв'язок між критерієм соціальної стратифікації і перевагами щодо практик традиційної високої культури.

Класифікація, сконструйована для українського суспільства, охоплює чотири стилі культурного споживання. *Стиль “популярна культура”*, для якого характерний низький культурний рівень і такі практики, як перегляд телепередач, просто відпочинок без жодних занять, прийом або відвідування гостей, вибір на користь поп-музики, комедійних та гостросюжетних фільмів, охоплює найбільшу частку городян — 55,3%. *Стиль “традиційний omnivore”* із практиками, що характеризуються значно вищим культурним рівнем (більша кількість практик читання, переваги щодо класичних жанрів), охоплює 21,6%. *Стиль “сучасний omnivore”*, для якого характерними є риси сучасної високої культури (різноманітність, гнучкість, інноваційність і мультикультурність), — 21,6%. Найменшу частку становить *стиль “культурна ізоляція”*, що презентований городянами, які не беруть участі в культурному житті, — 9%.

Результати множинного аналізу відповідностей, кореляційного аналізу та однофакторного дисперсійного аналізу підтверджують “omnivore — univore” гіпотезу, згідно з якою більший обсяг повноважень, економічного ресурсу і визнання передбачає ширший діапазон і вищий рівень культурного споживання, так само як і відсутність якихось повноважень, престижу й матеріальних благ передбачає вузький діапазон і низький рівень культурного споживання. Так, стиль “сучасний omnivore”, характерний для індивідів із вищим статусом, містить такі практики високої культури, як відвідування театрів, музеїв, виставок, і такі практики популярної культури, як відвідування кінотеатрів, слухання музики, перегляд фільмів, тоді як стиль “популярна культура”, характерний для індивідів із нижчим статусом, включає лише практики популярної культури — перегляд телепередач, шопінг, прийом або відвідування гостей. Найбільшою мірою переваги в культурі пов'язані із рівнем освіти та кваліфікації, престижем професії, розміром майна і матеріального добробуту сім'ї. Середня кількість практик дозволя, переваг жанрів літератури, інтенсивність використання сучасних технологій збільшуються мірою підвищення рівня престижу професії, рівня повноважень і матеріальної забезпеченості.

Отримані результати дають підстави для висновку, що соціальну стратифікацію українського суспільства слід вивчати радше в рамках парадигми, що її М.Саваж, А.Верд і Ф.Дивайн називають парадигмою “капіталів, активів і ресурсів” (capitals, assets, resources — CARs) [Savage, 2005], сформованою під впливом П.Бурдьє, ніж у рамках конфліктної чи функціональної парадигми. Отже, потрібне включення культурного чинника як додаткового критерію соціального розшарування в методики, мета яких — визначити місця розташування індивіда в багатовимірному соціальному просторі.

Джерела

Бевзенко Л. *Стили жизни переходного общества* / Бевзенко Л. — К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2008. — 144 с.

Бурдьє П. Некоторые свойства полей [Электронный ресурс] / П. Бурдьє ; пер. с франц. Ю.В. Марковой [сообщение сделано в Высшей Нормальной школе в ноябре 1976] // Социологическое пространство Пьера Бурдьє. — Режим доступа : <http://bourdieu.name/content/nekotorye-svoystva-polej>. (s.a.)

Бурдьє П. Практический смысл / П. Бурдьє ; пер. с франц. А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская, С.Н. Зенкин, Н.А. Шматко ; отв. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. — СПб. : Алетей, 2001. — 562 с.

Бурдьє П. Практичний глузд / Бурдьє П. ; пер. з франц. О. Йосипенко, С. Йосипенка, А. Дондока ; за ред. С. Йосипенка. — К. : Укр. центр духовної культури, 2003. — 529 с.

Бурдьє П. Различение: социальная критика суждения [Электронный ресурс] / П. Бурдьє ; пер. с франц. О. Кирчик ; науч. ред. Н. Шматко, В. Радаев // Экономическая социология : электрон. журн. — 2005. — Т. 6, № 3. — С. 25–48. — Режим доступа : http://ecsoc.hse.ru/data/556/588/1234/ecsoc_t6_n3.pdf.

Бурдьє П. Рынок символической продукции [Электронный ресурс] / П. Бурдьє // Вопросы социологии. — 1993. — № 1/2. — Режим доступа : <http://bourdieu.name/content/burde-gynok-simvolicheskoj-produkcii>.

Бурдьє П. Формы капитала [Электронный ресурс] / П. Бурдьє ; пер. с франц. М. Добряковой ; науч. ред. В. Радаев // Экономическая социология : электрон. журн. — 2002. — Т. 3, № 5. — С. 60–74. — Режим доступа : http://ecsoc.hse.ru/data/670/586/1234/ecsoc_t3_n5.pdf.

Гудков Л.Д. Стерилизация социальной дифференциации: российский “средний класс” и эмиграция / Л.Д. Гудков, Н.А. Зоркая // Мир России. — 2013. — № 2. — С. 3–48.

Домаранська А. Культурна стратифікація українського суспільства / А. Домаранська // Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / за ред. В. Ворони, М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2013. — С. 360–366.

Домаранська А. Стратифікація практик дозвілля А. Домаранська // Соціальні виміри суспільства. — 2013. — Вип. 5 (16). — С. 648–666.

Ковалиско Н. Теория практик, практики и исследование стратификационных порядков / Наталия Ковалиско // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2010. — № 2. — С. 49–63.

Кон М.Л. Соціальні структури і особистість: дослідження Мелвіна Л. Кона і його співпрацівників / М.Л. Кон ; пер. з англ. за наук. ред. В.Е. Хмелька. — К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. — 559 с.

Макеев С. Стратифицированно-дифференцированная структура городского населения Украины / Сергей Макеев, Анна Домаранская // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2014. — № 4. — С. 42–65.

Николаенко В.Л. Социология культуры: краткий словарь / В.Л. Николаенко, Л.Г. Николаенко ; под науч. ред. Н.В. Туленкова. — К. : ИПК ГСЗУ, 2011. — 576 с.

Симончук Е. Классовые структуры в сравнительной перспективе / Елена Симончук // Украинское общество в европейском пространстве / под ред. Е. Головахи, С. Макеева. — К. : Ин-т социологии НАНУ : Харьков. нац. ун-т им. В.Н. Каразина, 2007. — С. 33–104.

Шкаратан О.И. Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России / Шкаратан О.И. — М. : ОЛМА Медиа Групп, 2009. — 560 с.

Шматко Н.А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьє / Н.А. Шматко // Социологические исследования. — 2003. — № 8. — С. 113–120.

Bennett T. Culture, Class, Distinction / [Tony Bennett, Mike Savage, Elizabeth Silva, Alan Warde, Modesto Gayo Cal, David Wright]. — N.Y. : Routledge, 2009. — 311 p.

Blau P.M. The American Occupational Structure / P.M. Blau, O.D. Dunkan. — N.Y. : Wiley, 1967. — 520 p.

Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste / Pierre Bourdieu. — Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1984. — 640 p.

Bourdieu P. The Forms of Capital [Electronic resource] / P. Bourdieu. — 1986. — Access mode : <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>.

Chan T.W. Social stratification and cultural consumption: music in England / Tak Wing Chan, John H. Goldthorpe // European Sociological Review. — 2007. — Vol. 23, № 1. — P. 1–19.

Chan T.W. Social Stratification of Cultural Consumption Across Three Domains: Music, Theatre, Dance and Cinema, and the Visual Arts / Tak Wing Chan, John H. Goldthorpe // Sociology Working Papers Paper. Department of Sociology. University of Oxford. — 2007. — № 2. — P. 1–26.

Ganzeboom H.B.G. Three Internationally Standardized Measures for Comparative Research on Occupational Status / Harry B.G. Ganzeboom, Donald J. Treiman // Advances in Cross-National Comparison. A European Working Book for Demographic and Socio-Economic Variables / ed. by Jürgen H.P. Hoffmeyer-Zlotnik & Christof Wolf. — N.Y. : Kluwer Academic Press, 2003. — P. 159–193.

Hollingshead A. Social class and mental illness: a community study / August Hollingshead, Frederick Redlich. — N.Y. : John Wiley & Sons, 1958. — 422 p.

Katz-Gerro T. Top of the pops, ascend of the omnivores, defeat of the couch potatoes: cultural consumption profiles in Denmark 1975–2004 / Tally Katz-Gerro, Mads Meier Jaeger // European Sociological Review. — 2013. — Vol. 29, № 2. — P. 243–260.

Le Roux B., Rouanet H., Savage M., Warde A. Class and Cultural Division in the UK / B. Le Roux, H. Rouanet, M. Savage, A. Warde // Sociology. — 2008. — Vol. 42, № 6. — P. 1049–1071.

Link B.G. Can honorific awards give us clues about the connection between socioeconomic status and mortality / B.G. Link, R.M. Carpiano, M.M. Weden // American Sociological Review. — 2013. — Vol. 78, № 2. — P. 192–212.

Peterson R.A. Changing highbrow taste: from snob to omnivore / Richard A. Peterson, Roger M. Kern // American Sociological Review. — 1996. — Vol. 61, № 5. — P. 900–907.

Peterson R.A. Problem in comparative research: the example of omnivorousness / Richard A. Peterson // Poetics. — 2005. — № 33. — P. 257–282.

Prieur A. Emerging Forms of Cultural Capital / Annick Prieur, Mike Savage // European Societies. — 2013. — Vol. 15, № 2. — P. 246–267.

Prieur A. Updating cultural capital theory: A discussion based on studies in Denmark and in Britain / Annick Ingrid Prieur, Mike Savage // Poetics. — 2011. — № 39. — P. 566–580.

Savage M. A New Model of Social Class? Findings from the BBC's Great British Class Survey Experiment / [Mike Savage, Fiona Devine, Niall Cunningham, Mark Taylor, Yaojun Li, Johs. Hjellbrekke, Brigitte Le Roux, Sam Friedman, Andrew Miles] // Sociology. — 2013. — Vol. 47, № 2. — P. 219–250.

Savage M. Field analysis in cultural sociology / Mike Savage, Elizabeth B. Silva // Cultural Sociology. — 2013. — Vol. 7, № 2. — P. 111–126.

Savage M. Capitals, assets and resources: Some critical issues / Mike Savage, Alan Warde, Fiona Devine // British Journal of Sociology. — 2005. — Vol. 56, № 5. — P. 31–48.