

---

## ОБЩЕСТВО И ЧЕЛОВЕК

---

### Культурный капитал, пространство вкусов и статусные границы среди российских студентов

М.М. СОКОЛОВ\*, М.А. САФОНОВА\*\*, Г.А. ЧЕРНЕЦКАЯ\*\*\*

\***Михаил Михайлович Соколов** – кандидат социологических наук, профессор, факультет политических наук и социологии, Европейский университет в Санкт-Петербурге. Адрес: 191187, Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, д. 3а. E-mail: msokolov@eu.spb.ru

\*\***Мария Андреевна Сафонова** – кандидат социологических наук, доцент, департамент социологии, НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург). Адрес: 190008, Санкт-Петербург, ул. Союза Печатников, д. 16. E-mail: msafonova@hse.ru

\*\*\***Галина Александровна Чернецкая** – магистр социологии, выпускник факультета политических наук и социологии, Европейский университет в Санкт-Петербурге. Адрес: 191187, Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, д. 3а. E-mail: gaaalka@gmail.com

**Цитирование:** Соколов М.М., Сафонова М.А., Чернецкая Г.А. (2017) Культурный капитал, пространство вкусов и статусные границы среди российских студентов // Мир России. Т. 26. № 1. С. 152–179

*В статье предпринимается попытка систематического сравнения теорий Пьера Бурдьё и Ричарда Петерсона («культурная всеядность») на данных о культурном потреблении, осведомленности и художественных вкусах студентов трех факультетов престижного университета. Хотя выборка заведомо не является репрезентативной для страны в целом, именно в отношении этой категории из двух теорий следуют наиболее отчетливо конкурирующие гипотезы. Помимо того, что наше исследование является первым подобным в России, мы вносим в существующую литературу методическую инновацию, предлагая сравнивать не классовые или профессиональные характеристики носителей разных вкусов, а конфигурации пространства вкусов, какими они предстают при многомерном статистическом анализе.*

*Гипотезы, базирующиеся на работах П. Бурдьё, Р. Петерсона и П. ДиМаджио, касаются: (1) общей конфигурации пространства вкусов (наличие элитарно-массовой поляризации vs ядро-периферийная структура), (2) существования гомологии между формами высокого искусства или сегментарных делений по родам, (3) использования вкусов для создания дистанций или селективной инклюзии. Было установлено, что теория «культурной всеядности» значительно больше соответствует данным: в статье рассматриваются следствия этих наблюдений для оценки релевантности других элементов теории П. Бурдьё (в частности, теории полей) российскому случаю и для представлений об организации статусных границ в России.*

*В заключении статьи оценивается применение апробированных исследовательских стратегий для анализа big data.*

**Ключевые слова:** культурный капитал, культурное потребление, социальное пространство (картография), статусные границы, Пьер Бурдьё, теория «культурной всеядности»

В этой статье мы попробуем решить две взаимосвязанные задачи. Первая из них, менее оригинальная, состоит в систематическом сравнении теории культурного капитала Пьера Бурдьё с теорией «культурной всеядности» Ричарда Петерсона на материале опроса группы студентов элитного университета, у которых предсказываемые П. Бурдьё и Р. Петерсоном эффекты должны проявляться наиболее зримо. Вторая задача заключается в выработке нового подхода к этому сравнению. Традиционный способ изучения данной проблемы состоял в анализе констелляций вкусов представителей разных классов. В этой статье мы попробуем продемонстрировать возможности альтернативного подхода – тщательной экспликации теоретических моделей и демонстрации того, что из них следуют предположения не только в отношении соотношения вкусов членов разных классов, но и организации пространства потребления/вкусов как таковых. Мы реконструируем пространства вкусов, какими их предлагают обе теории, а затем сравним с эмпирическими данными о культурном потреблении представителей студенческой выборки.

## **Теории культурного капитала и модели культурного пространства**

Стратегия П. Бурдьё в исследованиях высокой культуры состояла в том, чтобы рассматривать приобщение к искусству как часть потребления, организованную так же, как потребление предметов роскоши или иных статусных символов [Bourdieu 1984, p. 6]. Приобщение к высокой культуре рассматривается людьми в качестве доказательства их принадлежности к желательной социальной категории; эстетический вкус у детей господствующего класса развивается как инструмент утверждения своего отличия. Социологическая теория эстетического восприятия П. Бурдьё наиболее полно изложена в его ранней работе по социологии музеев [Bourdieu, Darbel, Schnapper 1991 (1966)]; в дальнейшем ее положения в конспективной форме повторялись им неоднократно [Bourdieu (1) 1984; Bourdieu (2) 1984], и нет оснований полагать, что она была им пересмотрена.

Эта теория строится вокруг понятия «кода»: П. Бурдьё предлагал рассматривать любое произведение искусства как зашифрованное послание, которое понятно только тому, кто владеет шифром, для всех остальных оно непрозрачно. Коды образуют естественную иерархию сложности в зависимости от того, как далеко они отстоят от тех схем восприятия, которыми руководствуются люди в повседневной жизни: рассматривание картин с точки зрения портретного сходства или признание занимательности сюжета соответствуют низшему уровню сложности, поиск символизма (как когда говорят «кошка означает сладострастие») – более высокому, но лучше всего – анализ с позиций решения некоторых артистических проблем, которые позволяют осуществлять распознавание стилей и индивидуальных манер как типичных подходов к их решению (о таком подходе будет сигнализировать комментарий вроде «здесь Тернер вновь отказывается от следования

линейной перспективе, чтобы передать ощущение скорости»). Этому движению от простому к сложному соответствует, прежде всего, перенос акцента с содержания на способ исполнения и с объекта как законного предмета интереса в своих собственных правах на характеристики репрезентации в контексте других репрезентаций. Чтобы понять, почему данное полотно Ван Гога замечательно, необходимо поместить его в контекст живописных произведений его предшественников и современников, и только в этом случае оно обнаружит свою революционность. В этом смысле восприятие произведения искусства, кажется, везде представлялось П. Бурдые классификаторской работой (способностью производить атрибуцию, проследивать связи с тем, что было до и что было после): видеть каждое отдельное произведение и даже каждый его единичный элемент в качестве образчика своего класса в контексте всей истории живописи.

Всякое произведение объективно предполагает некоторую сложность кода, необходимого для прочтения. П. Бурдые (по контрасту с постструктуралистскими авторами) придерживался той позиции, что произведение может быть успешно прочитано лишь тем, кто владеет кодом, который был в него заложен при шифровании; всех остальных оно чрезвычайно эффективным образом отталкивает. Помимо абсолютной сложности, коды делятся по социальной доступности, а в совокупности и сложность, и доступность образуют иерархизированную топологию культурного пространства. Различаются (а) «естественные» коды, доступные каждому взрослому члену данного общества; (б) «школьные» коды, которые транслируются государственными образовательными учреждениями; (в) «продвинутые» коды, которые общедоступными образовательными программами не формируются и требуют самостоятельных инвестиций в овладение ими. Этим трем типам кодов и произведений приблизительно соответствуют области массовой, школьной и высокой культуры.

Овладение кодами возможно только в фиксированной последовательности: так, освоение школьных кодов является необходимым, но не достаточным условием овладения кодами, нужными для дешифровки высокой культуры. Кроме того, поскольку генерация продвинутых кодов в некоторой мере индивидуальна, они оставляют больше пространства для формирования индивидуального вкуса: у обладателей высокой компетенции должно наблюдаться больше уникальных предпочтений.

Культурные объекты – жанры, авторы, произведения – создают естественную иерархию в зависимости от того, во-первых, насколько сложным является код, который нужен для их прочтения, во-вторых, в какой мере потребление данного произведения предписывается разными институционализированными образовательными программами. Ниже всего находятся произведения массовой культуры, которые доступны каждому человеку (и даже навязываются рекламой) и от которых всякий может получать удовольствие. Выше стоят известные каждому человеку произведения школьной программы. Еще выше расположено «высокое искусство», особенно те его образцы, которые не растражированы коммерческой культурой (М. Грюневальд, а не И. Босх, Дж. де Кирико, а не С. Дали). На самом верху размещены современные произведения, которые требуют особенно сложного «кода кодов», что делает их разновидностью самых высокостатусных благ. П. Бурдые настаивал на существовании гомологии «продвинутых» кодов, которые облегчают овладевшим авангардной живописью понимание авторского кино и высокой моды. Все эти области культурного потребления оказываются в зоне естественного притяжения друг к другу, и мы предполагаем, что потребление одних форм «высокого искусства» будет сопровождаться интересом к другим.

Любой человек в данный момент времени находится на определенном уровне эстетического развития, и каждому культурному уровню соответствует установ-

ленный набор объектов для потребления. Тем, кто остался ниже, он еще недоступен, а тем, кто поднялся выше, уже не интересен. По теории П. Бурдьё, агенты (как класс, а не как индивиды) способны к стратегической манипуляции своими чувствами, и по отношению к той части потребляемого ими прежде искусства, которой овладевают нижестоящие, они легко развивают презрение как к чему-то вульгарному и примитивному. С этой точки зрения приобщение к высокой культуре превращается в вид спорта, похожего на альпинизм: есть те, кто осваивается с разреженным воздухом вершин и может беспрепятственно дышать им. Со временем для них только такая атмосфера становится пригодной для дыхания, как минимум потому, что они (в силу бессознательного стремления отличаться от других) развивают в себе презрение к «птицам низкого полета». Сноб, демонстративно потребляющий искусство, находящееся за пределами возможностей по дешифрованию для большинства оставшихся внизу, может рассчитывать на наибольший социальный выигрыш; для других недостаток «кислорода» представляет крайний дискомфорт, и к научившимся обходиться без него они испытывают боязливое почтение.

Центральной для П. Бурдьё была мысль о том, что, хотя владение сложными кодами воспринимается как индикатор наделенности исключительными способностями, в действительности оно указывает лишь на различия во владении семейными ресурсами. В семьях высшего класса предрасположенность к восприятию сложных кодов передается из поколения в поколение. Однако поскольку этот механизм открыт лишь для социолога, а не для среднестатистического «человека с улицы», потребление высокой культуры эффективно служит для социального исключения: в современном обществе большинство людей будут оскорблены тем, что при продвижении по службе им предпочли человека более высокого происхождения, но смирятся, если вместо них выберут кого-то более одаренного. В этом смысле за презрением покорителей культурных вершин ко всем, кто остался ниже, скрывается классовая стратегия отличия и легитимации: они с чистой совестью исключают из своих рядов людей, чуждых утонченности, сохраняя тем самым монополию своего круга на доминирующие позиции в различных сферах жизни.

Один из основных тезисов П. Бурдьё касался того, что фактором, облегчающим овладение школьной культурой, является родительское культурное потребление [Bourdieu, Passeron 1990]. Восприятие школьного кода само по себе должно быть подготовлено опытом соприкосновения с искусством; код поддается тому, кто хотя бы смутно ощущает, каким тот должен быть<sup>1</sup>. Соответственно школьную программу в целом, особенно в такой области, как литература, с большими шансами способны освоить дети высококультурных родителей. Теория культурного воспроизводства настаивает на том, что мнимый универсализм школьной программы в действительности означает утверждение наследственных привилегий; выигрыши от овладения социальным престижем нужны только тем, для кого приобретение социокультурных компетенций является не слишком затратным предприятием. П. Бурдьё распространил этот тезис и на иные составляющие образовательной программы, утверждая, что все формы образовательных вознаграждений, а не только овладение курсом литературы и живописи, достаются носителям доминирующей культуры непропорционально.

Теория П. Бурдьё многократно проверялась в иных культурных контекстах [Katsillis, Rubinson 1990; De Graaf N.D., De Graaf P.M., Kraaykamp 2000; Sullivan 2001;

<sup>1</sup> Здесь П. Бурдьё цитирует Л.С. Выготского, который пишет о значении предвосхищения в овладении когнитивными операциями.

Katz-Gerro 2002; Gayo-Cal, Savage, Warde 2006]<sup>2</sup>. Эти тесты касались, однако, лишь некоторых ее положений: наиболее популярной мишенью была идея о воспроизводстве в системе формального образования. Причем возможность генерализации этого тезиса за пределами французского контекста вызвала значительную дискуссию. Выводы П. Бурдьё критиковались как на эмпирических (доказательства того, что знакомство с балетом помогает в налаживании отношений с учителями математики были, по меньшей мере, слабыми [*De Graaf N.D.*, *De Graaf P.M.*, *Kraaykamp* 2000; *Kingston* 2001; *Sullivan* 2001]), так и на концептуальных основаниях. Обличительный пафос теории культурного воспроизводства состоит в том, что школа вознаграждает, в общем-то, иррелевантные для задач обучения символы принадлежности к социальной элите [*Kingston* 2000]. Однако то, что дети, которые много читают с родителями, закономерным образом преуспевают в курсе литературы, не может считаться доказательством того, что школьные институты поддерживают двойные стандарты. Школа поощряет семейное накопление вполне специфического человеческого, а не генерализованного культурного капитала [*De Graaf N.D.*, *De Graaf P.M.*, *Kraaykamp* 2000].

Нас, однако, будет интересовать второе направление критики, которое касается представления П. Бурдьё о том, как именно культурное потребление превращается в социальные привилегии уже во взрослой жизни. П. Бурдьё, как и следующие за ним авторы, предполагал, что культурный капитал работает, поскольку близость к высокому искусству воспринимается как свидетельство обладания талантами и иными уникальными внутренними достоинствами [*Lamont, Lareau* 1988]. Здесь, тем не менее, возникает альтернативная модель, предполагающая, что имеет значение не спонтанное почтение, которое вселяет знакомство с высокой культурой, а естественная близость, возникающая из владения общими культурными ресурсами, причем неважно, какими. Эта модель была предложена в 1990-х гг. Р. Петерсоном и довольно разрозненной группой ученых, называющих себя его школой [*DiMaggio* 2000]. Далее мы будем говорить о именно Р. Петерсоне, представляющем все направление.

Если П. Бурдьё утверждал, что агенты преисполняются почтения к тому, кто владеет сложным кодом, то Р. Петерсон и его группа предлагали иную цепочку умозаключений [*Peterson* 1992; *Peterson, Kern* 1996; *DiMaggio, Mukhtar* 2004; *Peterson* 2005], утверждая, что выбор определенного жанра или произведения понимается как проявление индивидуальности без отсылки к способностям или ресурсам. Совпадение подобных выборов, в свою очередь, сигнализирует о межличностной близости: мы естественным образом притягиваемся к тем, с кем у нас есть общие темы для разговора, какие бы они ни были (балет или «Игра престолов»). Культурный капитал становится инструментом исключения не столько за счет прямого отторжения всех, кому его не хватает, сколько за счет избирательного включения [*Bryson* 1996], а основная граница проходит не между теми, кто потребляет высокую культуру, и теми, кто потребляет низкую, а между теми, кто потребляет различные виды культуры, и теми, кто потребляет единичные. В социологии этот тезис известен как тезис «культурной всеядности». При развитии этой идеи Р. Петерсон опирался на данные о том, что потребители традиционной высокой культуры – например, оперы или балета – с большей, а не с меньшей вероятностью будут также интересоваться фолк-музыкой, вестернами или иными «невысокими»

<sup>2</sup> Впрочем, несмотря на популярность дискуссий о применимости «их» теорий к «нашим» реалиям, в России таких попыток было сделано очень мало.



жанрами [Peterson 1992; DiMaggio, Mukhtar 2004], а интерес к Г. Берлиозу не исключает прослушивания саундтреков Морриконе.

Следует уточнить, что «культурная всеядность» не отрицает, что активным потребителям культуры приписываются исключительные способности. Но если для П. Бурдьё эти способности определяются абсолютной сложностью кода, то для Р. Петерсона об умственных качествах индивида свидетельствует не столько самый сложный код, которым он может овладеть (потому что неясно, какой из них самый сложный), сколько то, какое количество разных кодов он может использовать. Обыденная теория, развиваемая Р. Петерсоном, очевидным образом подпитывалась широкой популяризацией постмодернистских идей, которые, с одной стороны, поставили под сомнение объективное превосходство (хотя бы в уровне сложности) западной культуры, с другой, признали, что дешифровка не детерминирована жестко шифровкой, а потребитель необязательно ограничен тем кодом, который использовал создатель произведения. И если мы в данной ситуации встречаем притяжение между жанрами, оно, рассуждая логически, скорее, будет сводить вместе разные сегменты одного вида искусства, нежели гомологичные фрагменты разных видов. Скажем, от людей, покупающих и прослушивающих музыкальные записи, скорее можно ожидать, что они добавят еще один жанр в свой репертуар, но не начнут интересоваться живописью, поскольку живопись использует иные сети распространения и требует знакомства с иной инфраструктурой потребления, и, соответственно, переключиться на нее при прочих равных сложнее.

Это не означает, что Р. Петерсон и его коллеги отрицали действие механизмов классового исключения. Однако они предполагали, что ограничения на потребление того или иного искусства будут скорее экономическими (любое потребление требует инвестиций времени и денег), чем когнитивными. Классовые преимущества будут сказываться, но лишь довольно опосредованно, в силу того, что представители высшего класса имеют больше экономических ресурсов (хотя не всегда больше времени). В этом отношении Р. Петерсон отличался от теорий полистилистичности, утверждавших, что в сфере культурного потребления прежде всего вознаграждается лояльность к одному из культурных племен или идентитарных групп, каждая из которых противопоставляет свой стиль жизни всем прочим (см. обзор в [Katz-Gerro 2002]).

Сравнивая свою модель культурной динамики с теорией П. Бурдьё, ДиМаджио назвал ее моделью «культурной мобильности» [DiMaggio 1982, pp. 95–99], так как она подразумевала, что стратегии инвестиций в культурный капитал открыты для новых семей. Хотя родительская модель потребления может воспроизводиться, непонятно, почему высокий культурный капитал должен быть исключительно наследуемым свойством или почему ранние родительские инвестиции обязаны играть ключевую роль в индивидуальной биографии. Культурная мобильность может быть делом индивидуального выбора. Основная причина этого выбора кроется в том, что потенциальная отдача от культурного капитала определяется сферой занятости. Теория мобильности, изложенная в статье П. ДиМаджио и Дж. Мора [DiMaggio, Mohr 1995], предполагает, что накопление культурного капитала является стратегической инвестицией, осуществляемой с учетом требований профессиональной ниши, которую занимает или предполагает занять индивид. Так, в одном исследовании самые высокие уровни культурного потребления обнаруживали представители независимых профессионалов (врачи и адвокаты), коммивояжеры и продавцы, работающие не в ритейле. Если первое интуитивно прогнозируемо с учетом уровня образования, то второе достаточно неожиданно. П. ДиМаджио и Дж. Мор объяснили это наблюдение тем, что именно данные две группы по характеру своей деятельности заняты установлением многочисленных контактов с разными аудиториями

и заинтересованы в способности поддержать разговор и вызывать симпатию. Кроме того, опрос показал, что одними из самых активных потребителей среди школьников были дети владельцев небольших магазинчиков и иного приходящего в упадок низшего среднего класса, которые осознавали, что им придется искать для себя новую экономическую нишу [DiMaggio, Mohr 1995, pp. 179–185].

Эмпирические исследования, последовавшие за дебатами между П. Бурдье и теоретиками «культурной всеядности», в основном тестировали два положения: (1) между социальным классом и потреблением, с одной стороны, и вкусом, с другой, существует связь, (2) доминирующая модель потребления среди высших классов предполагает преобладание «всеядности» над потреблением исключительно высокой культуры. В целом, исследования за пределами Франции повсеместно продемонстрировали значимые, но не слишком сильные корреляции между культурным потреблением и социальным классом со стабильным результатом: различия во всех переменных, с помощью которых характеризуется социальный статус (образование, занятие), объясняли порядка 5–10% дисперсии в культурном потреблении [Katz-Gerro 2002].

В отношении распределения вкусов анализ опросов за пределами Франции содержал свидетельства, скорее, в пользу модели «культурной всеядности» [Peterson, Kern 1992; Bryson 1996; DiMaggio, Mukhtar 2004; Gayo-Cal, Savage, Warde 2006]. Так, в одном из самых масштабных исследований в Великобритании карта, построенная с помощью анализа корреспонденций, отразила принципиальное измерение, противопоставлявшее активных и пассивных потребителей [Gayo-Cal, Savage, Warde 2006]. Второе измерение (не вполне предсказуемое, исходя из любой из наличных теорий) противопоставило младшие и старшие когорты. В то время как старшие и активные выдавали самые высокие показатели по французским ресторанам и опере, младшие и активные предпочитали тайские рестораны и электронную музыку; контраст между ними был, однако, гораздо менее отчетлив, чем между обеими категориями активных потребителей – с одной стороны, и пассивными потребителями – с другой. Пассивные потребители прежде всего отличались локальностью и однообразностью своего досуга: младшие проводили все время за телевизором и компьютерными играми, старшие – за телевизором и в локальном пабе. Насколько нам известно, за единственным исключением, подобное сравнение в России после 1991 г. не осуществлялось. Этим исключением было исследование Джейн Зависка, в котором ставилась задача изучения организации культурных границ в постсоветский период [Zavisca 2005]. Однако ее анализ опирался на весьма ограниченный материал (чтение книг основных жанров жителями российского провинциального города). Основным выводом стало признание существования пяти жанровых наборов (один из которых подразумевал полное отсутствие чтения), отличавшиеся социально-демографическим профилем тех, кто эти наборы предпочитал. Дж. Зависка довольно произвольно соотнесла один из таких наборов, объединявший все жанры, с «всеядностью», а другой (история, мемуары и биографии, поэзия, классическая литература), – с «высококолым» вкусом. Однако выводом исследования было то, что оба набора в младших когортах уступают место более ограниченному набору, состоящим из фантастики и детективов или женских романов. В этом смысле заявленный вывод – распространение «всеядности» – выглядит, скорее, неубедительно на фоне данных, свидетельствующих об отступлении «всеядности» под напором гендерно-окрашенных жанровых вкусов. Так или иначе, из-за сложности в соотнесении целых жанров с «высокой культурой» (являются ли «историческая литература» или «книги по дому» высоким или низким жанром?) сказать что-либо конкретное об организации границ на основании исследований Зависка мы не можем.

Если за последние два десятилетия сама проблема стала вполне традиционной, выбранный нами подход к ее решению представляется более оригинальным. Наиболее распространенной стратегией в этой области исследований до сих пор являлся (используя образование и занятие как характеристики классовой принадлежности) анализ коэффициентов регрессии по отношению к количеству и специфике потребляемых жанров. Тем не менее, несмотря на очевидные преимущества, этот подход имеет некоторые ограничения. Применяя его в российском контексте, мы столкнулись бы с полной неясностью в отношении связей между профессией, образованием и классовой структурой. Неясно как то, какие классы в России существуют, так и то, кто к какому классу принадлежит. Если участковые врачи слушают классическую музыку, а офицеры полиции – нет, то можно ли это трактовать как свидетельство выстраивания статусных границ, и если да, то с какой стороны – кто из них стоит выше, а кто – ниже? Даже найдя связь с профессиональными категориями, мы не могли бы интерпретировать ее как проявление классового исключения или селективной инклюзии, пока не появилась безотказно работающая в России стратификационная схема.

К счастью, поиск связей со стратификационными характеристиками является лишь одной из возможных стратегий сравнения теорий культурного потребления. Строго придерживаясь ее, мы выводим из оборота, возможно, самый богатый источник данных – всевозможные электронные базы, в которых, как правило, есть лишь предельно ограниченная информация о характеристиках пользователей, но практически неограниченная – о потреблении и вкусах. Примерами таких баз могут служить, например, рецензии на сайтах типа «КиноПоиск» (с самой разной аудиторией критиков)<sup>3</sup>, данные о циркуляции книг по библиотечному абонементу, любимая музыка в социальных сетях и тому подобное.

Возникает вопрос, можно ли сравнивать теории культурного потребления вне гипотез о свойствах потребителей? Мы попробовали построить несколько предположений о том, как в соответствии с разными теоретическими моделями организовано культурное пространство (какие произведения и жанры притягиваются и отталкиваются друг от друга), и сравнить эти характеристики с наблюдаемыми в студенческой выборке. Как будет показано далее, эта выборка интересна сама по себе, но возможность получить в этом экспериментальном проекте осмысленные результаты открыла бы путь к использованию *big data*.

## Гипотезы

Наш основной аргумент в пользу оправданности такого подхода состоит в том, что две теории предлагают разную геометрию культурного пространства, которая может быть переведена на язык статистических паттернов. Обычным эмпирическим материалом для исследований в социологии культуры являются, с одной стороны, ответы на анкетные вопросы о фактах знакомства с каким-то объектом или потребления (где знакомство представляется свидетельством прошлого потребления), с другой, ответы на вопросы об одобрении. Предметы одобрения или потребления – это отдельные произведения, авторы или естественные и узнаваемые категории произведений, чаще всего жанра (русский шансон, детектив). Вкусы и факты опознания и потребления воспринимаются как в значительной мере взаимозаменяемые инди-

<sup>3</sup> [www.kinopoisk.ru](http://www.kinopoisk.ru)



каторы в соответствии с интуитивно привлекательным предположением о том, что люди потребляют и обладают развернутыми познаниями в том искусстве, которому они отдают предпочтение. В исследованиях некоторых ученых задаются или один из этих трех типов вопросов (чаще всего), или больше, а далее из них komponуется некий композитный индекс (напр. [DiMaggio, Mohr 1995; Sullivan 2001; Warde, Wright, Gayo-Cal 2007]). Это кажется неудачной стратегией по меньшей мере по двум причинам. Во-первых, потребление может быть обусловлено внешними обстоятельствами (давление родителей, институционализованный школьный программа, партнеры, друзья, реклама), влияние которых, кажется, еще никто не оценил<sup>4</sup>. Во-вторых, такое отождествление парадоксальным образом не учитывает тот факт, что некоторые из наиболее влиятельных моделей как раз предполагают, что часть потребителей не будет одобрять свой собственный прошлый выбор. Так, например, в случае с циклами моды инноваторы неизбежно отказываются от объекта, присвоенного нижестоящими группами, и если они не могут вычеркнуть сам факт его потребления (потому что оно носит разовый, не постоянно воспроизводимый характер, как чтение книги), они способны развить к нему негативный аттитюд. В значительной мере наша стратегия состояла в том, чтобы внимательнее проанализировать показатели в свете ожиданий, которые вытекают из каждой из теорий.

Теорию П. Бурдые можно представить в виде четырех гипотез, или ожиданий.

**Гипотеза 1.** Наборы культурных благ, которые выделяются на основании вероятности потребления одних и тех же произведений, способны отражать оппозицию «высокое-массовое», и потребление одновременно высокого и массового искусства будет комбинацией крайне маловероятной: читатели И. Во не станут читателями Д. Донцовой. Статистический паттерн, разумеется, не укажет, какая культура является высокой, а какая – массовой, но мы ожидаем найти при любой двумерной репрезентации потребления в произвольно выбранной области культуры базовую биполярную структуру, в которой находящиеся на одном полюсе индивиды будут редко потреблять объекты, относящиеся к другому полюсу.

**Гипотеза 2.** Вытекает из представления о сложности кода как об основном факторе, сдерживающем культурное потребление. Потребление одного рода высокого искусства будет положительно коррелировать с потреблением других родов высокого искусства: почитатели Р. Магритта окажутся также ценителями Ф. Трюффо и С. Беккета. Биполярная структура сохранится, даже когда элементами потребления станут объекты, представляющие разные виды и роды искусства: точки, соответствующие современному высокому кинематографу и литературе, расположатся рядом друг с другом.

**Гипотеза 3.** В той мере, в какой представители одного полюса все-таки будут потреблять произведения, относящиеся к другому, на одном из полюсов (соответствующем высокой культуре) мы обнаружим полностью негативные оценки объектов другого. П. Бурдые не уточнял, каким станет отношение потребителей массовой культуры к потребителям элитарной, но вся его теория символического доминирования предполагает, что они начнут испытывать осторожное благоговение и точно не смогут создать оппозиционную культуру, в равной мере негативно относящуюся к элитарной. Этот эффект должен наблюдаться на примере отношения к произведениям школьной программы, потребление которой в некотором роде принудительно. Знатоки высокой культуры будут демонстрировать высокоиндивидуализированный вкус (ценители А.Е. Крученых могут признаться, что им

<sup>4</sup> Словами одного из информантов, «есть книги, которые читаются для себя, есть те, которые читаются, потому что надо же разговорить о чем-то, есть книги, которые читаются по программе».

не нравится М.Ю. Лермонтов), и напротив, не-потребители станут с одинаковым почтением относиться ко всем произведениям высокой культуры, известным им благодаря институционализированным общекультурным каналам.

Гипотеза 4. Отчасти продолжает предыдущее предположение. Активные потребители одного из жанров будут демонстрировать больший разброс оценок отдельных произведений этих жанров, включая самые известные, чем не-потребители. Так, например, мы можем ожидать, что среди знающих десятки имен художников-импрессионистов найдется больше людей, декларирующих прохладное отношение к Э. Мане, чем среди тех, кто не знает ни одного другого имени (и считающих, что К. Моне – это тот же художник, только его фамилия написана неправильно). В первом случае недостаток симпатии можно трактовать как результат обладания более широким горизонтом сравнения («как художник, Уистлер стоял на две головы выше всех французских импрессионистов»).

В отличие от этих предположений, гипотеза «культурной всеядности» Петерсона-ДиМаджио подразумевает следующие построения.

Гипотеза 1а. Наборы культурных благ не будут отражать оппозиции «высокое-массовое» или «элитарное-народное». На двумерной плоскости они с большей вероятностью примут вид центр-периферийной или ромашковидной (с учетом жанровых сгущений) структуры.

Гипотеза 2а. Притяжения между жанрами и направлениями будут характеризовать границы между родами и видами искусства, а не между элитарной и массовой культурами (соображения транзакционных издержек).

Гипотезы 3а – 4а. Между потребителями высокой культуры и всеми остальными не будет значимой разницы ни в плане отторжения первыми массовой культуры, ни в плане индивидуальности оценок высокой культуры. Хотя в сознании идея границы высокой и массовой культур существовать все же может, нет оснований ожидать, что потребители одной будут избегать другую или будут испытывать по их поводу какие-то особенно негативные чувства. Рассуждая отвлеченно, использование культуры в качестве коммуникативного ресурса предполагает большую степень позитивного отношения к тому, что индивид потребляет: ожидается, что два человека смогут обсуждать литературу, которая им нравится, а не ту, которую они не любят. В этом смысле «школа Петерсона» будет предполагать, что индивиды захотят развить в себе вкус как можно к большему числу произведений.

Далее мы приводим результаты проверки на российском примере гипотез из обоих списков.

## Исследование

Настоящее исследование не может дать финального ответа на вопрос об организации культурных границ в России в целом, поскольку оно охватывает лишь представителей одной чрезвычайно специфичной группы – студентов социогуманитарных факультетов одного из известных российских вузов<sup>5</sup>.

Выбор студентов был обусловлен тем, что мы хотели изучить группу, в которой носители значительных объемов культурного капитала были бы микшированы с представителями экономических элит. При этом данное сообщество должно

<sup>5</sup> Очевидное преимущество студенческой выборки состоит в том, что исследователь может позволить себе задать длинный список вопросов с минимальными затратами. Как мы пробуем показать, однако, помимо этого, имеются и другие обстоятельства, которые оправдывают наше решение не только соображениями экономии.

было быть «интерактивной ареной», т.е. объединением реально взаимодействующей совокупности индивидов, которые фактически занимались выстраиванием статусных границ, в том числе и друг относительно друга. Следует подчеркнуть, что такая группа не может быть точным слепком генеральной совокупности, но в то же время способна служить своего рода экспериментальной моделью, в доведенном до предела виде демонстрируя логику взаимодействия в других средах<sup>6</sup>.

Первое требование – группа с солидной долей респондентов с очень высоким уровнем потребления – объясняется тем, что некоторые эффекты, которые предполагают наши теории, должны наиболее наглядно проявляться именно в таких группах. Проблемой опросных исследований культурного капитала, производимых по репрезентативным выборкам, обычно становится то, что участникам можно задавать вопросы или о самых общих категориях культурных объектов (например, музыкальных жанров), или об известных единичных произведениях (например, сериалах). Следуя теории П. Бурдьё, мы выдвинули предположение, что сдержанное отношение к П. Пикассо можно с большей вероятностью встретить среди тех, кто осведомлен о П. Клее, однако, даже исходя из смелого допущения, что П. Клее знает 1% генеральной совокупности, нам нужно было бы опросить не менее 10 000 респондентов, чтобы удостовериться в этом эффекте. По образному выражению П. ДиМаджио и Дж. Мора, репрезентативные общенациональные выборки не подходят и для изучения мультимиллионеров [*DiMaggio, Mohr 1995*, p. 171].

Второе и третье требования – выборка, в которой носители культурного капитала соединены с носителями экономического капитала в реально взаимодействующей группе, – объясняется тем, что именно в такой ситуации ожидаемо, что культурный капитал используется наиболее интенсивно для выстраивания или преодоления границ. П. Бурдьё утверждал, что группа элиты с преобладанием культурного капитала над экономическим может выстраивать барьер перед менее искусственной экономической элитой (авангардная богема против буржуазного мещанства). Р. Петерсон, напротив, предполагает, что имеет место диффузия вкусов: обладатели высокого культурного капитала не столько противопоставляют себя обладателям низкого, сколько предлагают последним свои услуги в качестве гидов в незнакомые области, подчеркивая при этом базовое сходство вкусов. Существование фактического контакта между участниками обеих групп позволило рассчитывать, что их члены будут иметь относительно вкусов друг друга минимум заблуждений, которые были бы неизбежны при более опосредованных контактах.

Популяция студентов социогуманитарных факультетов известного университета образца 2007 г. была идеальным полем для проведения исследований такого рода. Политика приема исследованного вуза на время опроса допускала поступление четырех типов студентов<sup>7</sup>:

- 1) отличников, успешно сдавших экзамены;
- 2) тех, кто неформально использовал экономические ресурсы для поступления (дал взятку и прошел или по ректорскому, или по деканскому списку<sup>8</sup>);
- 3) детей или иных родственников преподавателей вуза, также поступавших, по сути, вне конкурса;

<sup>6</sup> Ричард Браун назвал такой выбор объекта поиском «иконических метафор», обычных для этнографии или социальной психологии: например, когда сумасшедший дом становится прозрачной аналогией общества в целом [*Braun 1977*].

<sup>7</sup> Относительный вес этих категорий – слишком деликатная материя, чтобы можно было оценить его точно. По нашим предположениям, он составлял 20/30/10/40%, и только в последней цифре мы уверены.

<sup>8</sup> В то время при поступлении в университет сдавали устные экзамены.

4) внебюджетных студентов, официально заплативших за обучение<sup>9</sup>.

Первая, и, возможно, третья группы, согласно и П. Бурдые, и П. ДиМаджио, должны были включать в себя наиболее активных потребителей высокой культуры из всех вообще встречающихся в своем поколении, о чем свидетельствуют (если П. Бурдые прав) их происхождение и образовательные успехи. В аудиториях они соседствовали с детьми из семей с преобладанием экономического капитала (по крайней мере, относительным), и в этой ситуации эффекты поляризации должны были проявиться наиболее наглядно.

В марте 2007 г. мы опросили студентов старших курсов трех факультетов (социологического, экономического, психологического). Общий объем выборки составил 600 чел. Сбор данных проводился в ходе самозаполнения анкеты в аудитории. Вопросы анкеты измеряли:

1) Частоту посещения 12 типов досуговых мероприятий, включая оперу, балет, концерты классической музыки, спортивные мероприятия, кафе, компьютерные клубы, а также чтение различного рода литературы (от художественной до любого рода информации в Интернете).

2) Отношение к списку из 19 художников, 29 писателей и 20 режиссеров. Предлагались следующие варианты ответов: «очень нравится», «скорее нравится», «трудно сказать», «скорее не нравится», «очень не нравится», «не помню его картин/произведений». Персоналии были взяты из более раннего исследования, в котором выборке студентов необходимо было указать на фильмы/книги, которые они смотрели/читали в последнее время. Как будет показано в последующих разделах статьи, это, возможно, несло в себе значительные ограничения. В список художников также был включен Марио Коловари, в отношении которого мы были более чем уверены, что шансы, что его знает большинство опрошенных, ничтожны (Марио Коловари – непрофессиональный художник, знакомый одной из авторов статьи).

## Результаты

В качестве первого шага мы исследовали матрицу сопряженности знакомства с работами деятелей искусств, представленных в нашей выборке. Нас интересовала здесь не положительная или отрицательная модальность ответов, а вероятность того, что, например, знакомому с творчеством Я. ван Эйка также будет известен Э. Уорхол. В системе с сильно поляризованным культурным потреблением мы могли ожидать значительных отрицательных корреляций: скажем, читатели современной поэзии не знакомы с фантастическими боевиками. И наоборот, в пространстве, образованном отношениями селективного притяжения, значительных отрицательных корреляций не должно встречаться (хотя допускаются относительно небольшие, как отражение общей конкуренции разных видов культурной активности за время одного человека). В целом, однако, мы предполагали, что модель «культурной всеядности» приведет к преобладанию позитивных корреляций: чем больше культуры потребляет индивид, тем выше вероятность, что он потребляет произведения любого конкретного жанра по отдельности.

Расчет подобных мер требовал принятия методических решений в отношении того, что считать «знакомством». Вопросник предлагал опцию «не помню его работ», однако мы заметили, что число не помнящих работ художника тесно

<sup>9</sup> На тот момент на платное отделение мог поступить практически любой справившийся со школьной программой.

связано с двумя другими переменными – пропуском ответа на вопрос (корреляция Спирмена между числом не ответивших и числом признавших отсутствие знакомства с художником 0,97), а также между обоими этими показателями и числом выбравших ответ «трудно сказать» (0,86). Иными словами, пропуск вопроса, признание отсутствия знакомства и неготовность выразить определенное отношение, видимо, часто были для наших респондентов тремя способами высказать одно и то же мнение<sup>10</sup>. При этом пропуск был примерно в два с половиной раза популярнее ответа «не знаю», а для наименее известных писателей число ответов «трудно сказать» превышало число определенных ответов примерно в 2 раза. С учетом этого для большинства расчетов (кроме специально обозначенных) три предыдущих ответа были закодированы как 0, а все остальные – 1. Степень осведомленности об авторах, режиссерах и живописцах предсказуемо разнилась: от почти тотального знакомства с персонажами школьной программы по литературе и создателями блокбастеров (89% смогли выразить отношение к А.С. Пушкину и М.А. Булгакову, 80% – к С. Спилбергу) до более скромных цифр по отношению к менее известным фигурам (по 5% – к С. Рушди и М. Коловари<sup>11</sup>, 8% – к И. Во, 9% – к Д. Нейманду). Распределения числа узнанных для всех трех категорий (художников, писателей и режиссеров) были очень близки к нормальным, причем, вопреки нашим опасениям, мы зафиксировали и очень высокие, и очень низкие показатели (скажем, для художников среднее равнялось 8,35 со среднеквадратическим отклонением в 3,77 – примерно треть опрошенных узнала менее пяти фигур).

В качестве первой меры мы рассчитали отношение шансов (*odd's ratio*) для всех 2278 пар наших переменных<sup>12</sup> и не нашли отрицательных коэффициентов, значимых хотя бы на уровне 0,05. Потребление какого-либо объекта, охваченного нашей анкетой, не делает потребление другого объекта менее вероятным<sup>13</sup>, что само по себе является аргументом в пользу гипотезы 1а против гипотезы 1.

Потребление каких объектов чаще всего сопутствует друг другу? В качестве первой попытки отобразить культурное пространство мы использовали матрицу с отношениями шансов в качестве мер близости, подвергнув ее многомерному шкалированию<sup>14</sup>.

<sup>10</sup> Вернее, отличия касались степени ощущаемого нормативного давления: ответ «трудно сказать» отражал желание избежать признания в незнании. Этот показатель также может служить важным индикатором, но мы не стали развивать эту линию рассуждений.

<sup>11</sup> Марио знали в общей сложности 107 чел., или 17,8% нашей выборки. Из них 73 чел. (12,2%) затруднились определиться с отношением к нему, по 5 чел. очень одобряли или очень не одобряли его картины, 15 скорее одобряли, 9 скорее не одобряли.

<sup>12</sup> Авторы статьи выражают благодарность Г. Яковлеву, который автоматизировал этот процесс.

<sup>13</sup> Ожидание, основанное на теории иерархической культуры, состояло в том, что при факторном анализе мы найдем первый фактор, положительный и отрицательный полюса которого будут соответствовать в общих чертах высокой и низкой культурам в разных жанрах. А фактически мы обнаружили нечто совершенно иное: введя бинарные переменные (знаком – не знаком) в анализ основных компонент, мы обнаруживаем первый фактор, демонстрирующий умеренные положительные нагрузки (в диапазоне 0,2–0,6) по всем без исключения переменным.

<sup>14</sup> Использование именно отношений шансов было связано с тем, что большинство стандартных мер дистанции между бинарными переменными чувствительны к частоте появления соответствующих признаков (скажем, Евклидова дистанция для двух признаков, не встречающихся в выборке вовсе или присутствующих во всех наблюдениях, будет равна нулю; аналогичные проблемы существуют с мерой Жаккарда и большинством других мер, которые также порождают группы, состоящие из частых или редких значений). Отношение шансов не лишено своих сложностей, связанных с тем, что для редких значений они часто порождают выбросы, однако эта проблема представляется незначительной. Тем не менее для того, чтобы купировать ее, мы использовали матрицу, в которой ответ «затрудняюсь» был кодирован единицей.



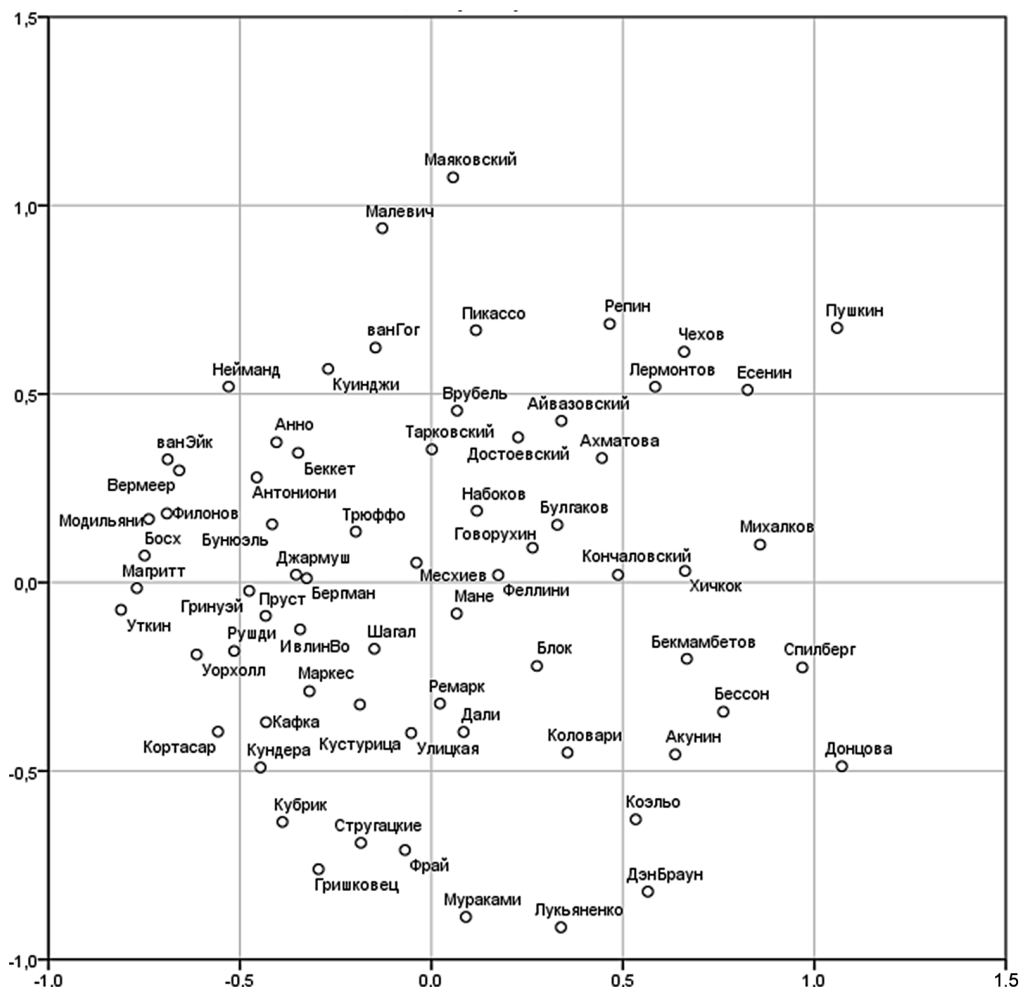


Рисунок 1. Пространство потребления высокой культуры, результаты многомерного шкалирования

На *рисунке 1*, представляющем результаты анализа<sup>15</sup>, явно выделяются несколько зон, которые (на уровне здравого смысла) соотносятся с разными категориями культурных благ. Сверху и справа располагаются персонажи школьной программы по литературе, к которым примыкают И.Е. Репин и И.К. Айвазовский; ниже справа находятся режиссеры и продюсеры блокбастеров; внизу размещается массовая литература – от детективов правее до фантастики левее; сверху локали-

<sup>15</sup> Использовался PROXSCAL; нормализованный стресс равен 0,096. Введение третьего измерения сокращало его до 0,063, однако не делало интерпретацию легче. Необходимо отметить, что стресс первого типа Краскала при этом составлял 0,307, что сигнализирует о довольно слабой модели. Структура была нестабильной и плохо воспроизводилась при небольшом изменении параметров (скажем, изменение метода определения исходных координат).

зуются важнейшие фигуры условно-современной живописи – К. Малевич, П. Пикассо, В. Ван Гог; и наконец, слева есть три тесно соседствующие группы менее известных художников, режиссеров и писателей, интуитивно отождествляемых с «высокой» или «элитарной» культурой.

Чтобы убедиться, что эти результаты воспроизводимы другим методом, мы ввели в иерархический кластерный анализ ответы на вопросы об отношении к писателям, режиссерам и художникам. При таком подходе кластеры могут интерпретироваться как пакеты культурных благ, потребляемых обычно вместе.

Для анализа мы выбрали только тех деятелей искусств, к кому декларировали определенное отношение не менее 15% и не более 85% опрошенных. Чтобы избежать проблем, связанные с взаимным притяжением фигур, находящихся на одном уровне известности, мы использовали фи-коэффициент. Первое заключение, которое мы можем сделать, исходя из *рисунка 2*, представляющего результаты иерархического кластерного анализа, состоит в том, что большинство кластеров, возникающих на ранних этапах анализа (до дистанции в 20), объединяют однородные произведения искусства: первый сверху кластер состоит в основном из живописцев, второй – из режиссеров, третий – из писателей, затем вновь следуют режиссеры, художники и писатели. Есть некоторое количество «ошибок» (М. Пруст попал в группу художников, С. Беккет, М. Шагал и В.В. Набоков – в группу режиссеров), но, за исключением случая М. Шагала, aberrации происходили на довольно поздних фазах анализа. Иными словами, естественные группы потребителей культуры – это не столько носители хорошего или не столь безупречного вкуса, сколько посетители кинотеатров, музеев или книжных магазинов (*Гипотеза 2а*). Аналогичные плотные группы можно видеть и на *рисунке 1*, где, тем не менее, отчетливо выделяются три зоны, предсказанные П. Бурдьё: высокая, школьная и массовая культуры, которые, правда, расположены не в последовательности от массовой к высокой, а близко друг к другу, образуя треугольник. При этом разные формы «высокой» культуры (авангардное кино и средневековая живопись) находятся в тесном соседстве друг с другом (*Гипотеза 2*).

Кажется, что различие между высокой и низкой культурой все-таки проникло и в нашу кластерную схему, но в значительно менее выраженной форме. В наших парах кластеров писателей, художников и режиссеров один из каждой пары может быть с некоторыми оговорками связан с элитарной культурой, а второй – с массовой. Так, художники очевидным образом поделились на более известных (К. Малевич, П. Пикассо), часто присутствующих в качестве иллюстраций в школьных учебниках (И.Е. Репин, И.К. Айвазовский) и менее известных; европейские режиссеры «Новой волны» оказались в одном кластере, а создатели блокбастеров и отечественные режиссеры – в другом. В случае с режиссерами, однако, граница выглядит гораздо менее отчетливой: С.С. Говорухин и Ф. Трюффо оказываются по одну сторону, а Ф. Феллини и Т.Н. Бекмамбетов – по другую. За пределами кластера «легкая литература», содержащего фантастику, детективы и триллеры (братья Стругацкие, Дарья Донцова, Д. Браун, С.В. Лукьяненко, Борис Акунин), оказывается М. Фрай, которого авторы интуитивно отнесли бы к той же категории. Можно зафиксировать также некоторую тенденцию (особенно на первых этапах анализа) к образованию кластеров по национальному признаку: отметим объединение И.К. Айвазовского, И.Е. Репина и М.А. Врубеля, братьев Стругацких и С.В. Лукьяненко, Н.С. Михалкова и А.С. Кончаловского, Д.Д. Месхиева и С.С. Говорухина, П.Н. Филонова и П.С. Уткина. Кажется, что сегментарные и геокультурные деления присутствуют тут не в меньшей степени, чем иерархические, причем «высокая культура» как будто стоит чуть дальше от национальной культуры, преподаваемой в школе и более доступной (последнее, в принципе, соответствует *Гипотезе 1*).

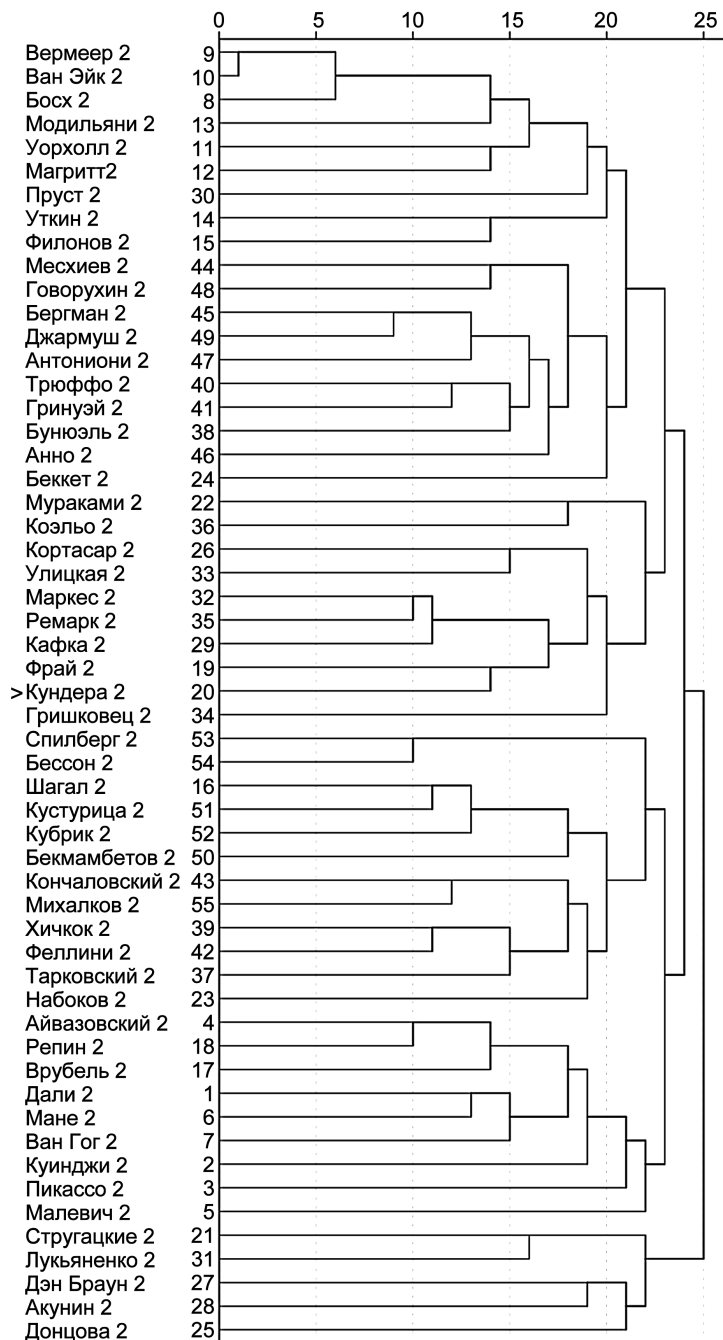


Рисунок 2. Иерархический кластерный анализ близости между знакомством с работами писателей, режиссеров и художников (мера близости фи-квадрат, среднегрупповые дистанции)

В качестве иллюстрации для всего выше сказанного в *таблице 1* приводятся данные отношения шансов для некоторых фигур, занимающих центральное положение в разных кластерах (и, в дополнение к ним, Дарья Донцовой, которая занимала совершенно особое место)<sup>16</sup>, но при этом не очень известных. Цифры показывают, насколько больше шансов, что индивид, знающий работу А (по вертикали), знаком также с работой Б (по горизонтали). Значение «1» означает, что вероятность узнать одного никак не влияют на шансы узнать другого, значения менее «1» демонстрирует, что знающий А, скорее всего, не знает Б. Для сравнения: внутри кластера отношения шансов составляли примерно 12–14.

*Таблица 1* демонстрирует притяжение как внутри «высокой культуры» в целом (скажем, И. Бергман, И. Босх и Г. Маркес), так и между деятелями «высокой» и «массовой» культуры, представляющими один вид искусства (скажем, Л. Бессон, И. Бергман и А. Хичкок среди режиссеров). Дарья Донцова исключительна в том смысле, что только ее читатели с меньшей вероятностью рапортуют о потреблении хотя бы одного иного культурного блага (причем, отрицательная связь с И. Босхом приближается к статистической значимости). Надо отметить, что ее соседи по кластеру (Б. Акунин или С.В. Лукьяненко) выдают только положительные корреляции. В итоге появляется смешанная модель, в которой имеются как иерархические деления (тенденция среди приверженцев высокой культуры к потреблению ее гомологичных форм), так и секторальные (тенденция к специализации на видах и родах искусства), по силе примерно уравнивающие друг друга.

Тем не менее эффект «всеядности» очевидно довлеет. Надо помнить, что изображения на *рисунках 1* и *2* специально были организованы таким образом, чтобы максимально нивелировать эффекты масштаба. Если мы построим карту, центральное положение на которой будет отражать абсолютное число потребителей того или иного культурного продукта (долю тех, кто указал на знакомство с ним), то массовая культура (С. Спилберг и Л. Бессон) и школьная культура переместятся в центр, а все остальные окажутся в удаленных от центра областях. Кажется, что в данном случае потребление высокой культуры следует той центр-периферийной модели, которую предполагает Р. Петерсон (*Гипотеза 1а*): в центре находятся наиболее популярные производители и жанры, а остальные примыкают к ним в качестве жанровых периферий, при этом высокая культура представляет собой одну из таких периферий. Ее своеобразие состоит в том, что жанровые границы в ней слабее, чем в случае с детективами или фантастикой, однако это не меняет ее статуса периферии.

Соответствует ли знакомство с произведениями тех трех родов высокой культуры, которые мы анализировали, потреблению иных ее форм (тезис гомологии *Гипотезы 2а*)? *Таблица 2* иллюстрирует связи знакомства с тем же списком деятелей искусства с потреблением иных форм высокой культуры, а также прочими видами культурного досуга.

Все корреляции довольно слабые – 0,15<sup>17</sup>, но, в целом, в ожидаемом направлении. Знакомство с «высокой культурой» коррелирует с ее потреблением и в других формах: так, чтение Маркеса связано с посещением драматических театров и балета. Интересно, что рок-концерты предстают перед нами как элементы высокой культуры, но зато к таковой не относятся музеи и библиотеки. В целом, имеющие-

<sup>16</sup> Здесь, как и в других случаях, мы стремились следовать минималистской стратегии. Другой возможностью было посчитать индивидуальные баллы по показателям, полученным в факторном анализе, или создать индекс соответствия индивидуального потребления каждому из кластеров, что неизбежно задействовало бы произвольные решения и снизило прозрачность, поэтому мы предпочли идти по самому простому пути.

<sup>17</sup> Это объясняется тем, что при принятии решения о посещении театра к эстетическим соображениям присоединяются многие другие, например, финансовые.

ся наблюдения не позволяют противопоставить Гипотезу 1 Гипотезе 1а, поскольку обе допускают, что потребление разных родов «высокой культуры» будет притягиваться друг к другу, хотя и в силу разных механизмов. Тем не менее, может быть дополнительным, хотя и слабым аргументом в пользу Гипотезы 2.

Таблица 1. Отношения шансов для узнавания избранных фигур деятелей искусства

	Босх	Бергман	Бессон	Врубель	Донцова	Маркес	Хичкок
Босх		3,678**	1,076	3,220**	0,756	2,981**	1,227
Бергман			2,664**	2,153**	1,004	3,360**	2,225**
Бессон				1,777*	1,990**	1,429	2,968**
Врубель					1,161	3,249**	1,661*
Донцова						0,861	1,208
Маркес							1,657*
Хичкок							

\* $p < 0,01$ ;  
\*\* $p < 0,001$ .

Таблица 2. Связь знакомства с произведениями искусства с частотой разных форм проведения досуга (корреляции Кендалла)

	Босх	Врубель	Донцова	Маркес	Хичкок	Бергман	Бессон
Кино	-,044	-,020	,061	,018	,002	-,037	,007
Музеи	,033	,069	,008	,041	,052	,011	-,009
Театры	,021	,104*	-,012	,145**	,074	,070	,044
Балет	,064	,095	,085	,104*	,089	,120*	,064
Классическая музыка	,124*	,065	,055	,023	,125*	,147**	,114*
Рок-концерты	,147**	,097	-,007	,119*	,135**	,076	,054
Библиотеки	-,023	,072	-,082	-,003	-,046	-,064	-,104*
Кафе	,048	,045	,148**	,035	-,023	-,045	-,042
Бары	,016	,017	,109*	,025	,004	-,021	,043
Спорт	,029	,000	-,014	,002	,040	,020	,028
Компьютерные клубы	,028	,006	,025	,016	,019	,120*	,082
Музыкальные клубы	,034	,042	-,001	-,077	,088	,063	,129**

\* $p < 0,01$ ;  
\*\* $p < 0,001$ .



Здесь надо сделать одно методическое замечание. Очевидно, что две канонические формы оценки культурного потребления (через перечисление принимаемых активностей и указание на фактически потребленные объекты) демонстрируют довольно слабую связь. Это может объясняться или недостатком надежности одной или обеих мер, или содержательными причинами, или какой-то комбинацией первого и второго. Отметим содержательные причины. Во-первых, в нашем опросе (как и во многих других) знания относятся к литературе, живописи и кинорежиссуре, а маркерами потребления обычно являются посещения музеев, оперных и драматических театров. При этом возможен и вполне реален некоторый сдвиг, который при указанной выше сегментации потребления способен снизить корреляции. Во-вторых, опросы, связанные с потреблением, обычно регистрируют текущую активность, в то время как инкорпорированный культурный капитал накапливается всю жизнь. Знание живописи может быть приобретено на предыдущем этапе биографии, на котором по той или иной причине индивид ходил в музей чаще, чем в настоящее время. Инвестиции в предыдущий период могут покрывать потребности нынешнего и наоборот, что предполагает известную долю стратегического мышления в принятии решений о потреблении. Сама по себе эта стратегичность кажется малосовместимой с акцентом П. Бурдьё на роли неосознанного, практического научения ценителя прекрасного и скорее говорит в пользу теории Петерсона-ДиМаджио. Наконец, в-третьих, в эпоху механического воспроизводства произведений искусства знания можно черпать из разных источников (аудиозаписи, альбомы с репродукциями, Интернет), а вопросы об активностях обычно указывают на некоторые самые традиционные формы потребления. В этих условиях мы не можем ожидать слишком высоких корреляций между знанием и потреблением. Возникает вопрос, как две рассмотренные нами меры (осведомленность и текущее потребление) соотносятся с третьей канонической мерой – вкусом, который характеризуется эмоциональным одобрением или неодобрением произведений искусства. В теории П. Бурдьё значение потреблению придается лишь постольку, поскольку оно представляется выражением личностной диспозиции. Потребление или знание важны потому, что они являются тестом внутренней склонности, более надежным, чем простая декларация. Потребление искусства, происходящее под сугубо внешним давлением без всякого внутреннего побуждения, ничего не добавляет к статусу потребителя. «Никто, – говорит П. Бурдьё, – не испытывает почтения к тем, кто делает вид, что потребляет, не испытывая никакой тяги к тому» [Бурдьё 2001 (1991), с. 213] (отсюда фигура педанта, надеющегося, что механическое заучивание заменит в глазах других подлинное чувство, но всегда ошибающегося).

Вкус можно декларировать через потребление, и тогда его наличие приобретает дополнительную достоверность, своего рода *credible commitment*. Однако его иногда анонсируют и через прямые функционально важные заявления, которые могут аннулировать эффекты неправильного потребления. Даже наличие собственных глубинных побуждений не исключает того, что большая часть потребления происходит под воздействием внешних агентов: образовательных учреждений, сверстников, наконец, простых обстоятельств. Если выбор, который они делают за индивида, используется впоследствии для характеристики человека, его возможность презентовать свое «я», как культурное и утонченное, оказывается под ударом. Кроме того, по мере эстетического роста люди переходят в область со все более «разреженным воздухом», и – если культурное потребление необходимо для управления впечатлениями – не могут не желать, чтобы у них были средства доказать, что они переросли свой прошлый «культурный уровень». К счастью, по отношению к объектам, которые они потребили прежде, у индивидов есть возмож-

ность прямо заявить о своем неодобрении. Искусство маркирует дважды: когда оно потреблено и когда оно признано в качестве того, чем человек согласен быть маркирован<sup>18</sup>. Теория Бурдьё поэтому заставляет нас ожидать, что более «продвинутые» культурные потребители с большей вероятностью будут выражать неодобрение по отношению к массовому и излишне доступному искусству (включая, возможно, произведения из школьной программы, за счет осуждения которых они будут демонстрировать свою яркую индивидуальность).

Теория Р. Петерсона не предполагает такого эффекта. Если культурное потребление формируется под влиянием стремления иметь максимум тем для разговоров, то индивид ничего не выигрывает, развивая неприязнь к каким-то жанрам или течениям в искусстве. Общая нелюбовь не дает столь же богатой пищи для разговоров, как общая любовь. Можно представить себе ситуацию, когда людей сближает как раз наличие общих нелюбимых жанров (два расиста, которые чувствуют один в другом родственную душу на основании нелюбви к «черной» музыке), однако легче их себе представить регулярно обсуждающими какую-то музыку, которая им обоим нравится. В любом случае, если задачей является подготовка почвы для потенциальных контактов, то неприязнь имеет смысл развивать в себе только по отношению к жанрам или произведениям, которые не являются частью мейнстрима – иначе слишком много людей окажутся по другую сторону вкусового барьера.

В этом исследовании авторов особенно интересовало то, будут ли потребители высокого искусства отличаться от не-потребителей в специфике своих вкусов к некоторым наиболее известным произведениям. Ожидание, основанное на теории П. Бурдьё, состояло в том, что самые известные произведения, растиражированные масс-медиа и образовательной системой, будут необходимы культурным элитам только для того, чтобы те, кто знает и потребляет больше, отвергая их, могли утвердить свою индивидуальность. И напротив, теория «культурной всеядности» не предполагает ничего подобного: интерактивные выигрыши может принести, скорее, одобрение того, что принимает масса людей.

Наши данные подтверждают ожидания теории «всеядности», причем в масштабе, который, возможно, был бы неожиданным для ее создателей. Прежде всего, впечатляет само соотношение положительных и отрицательных оценок: «лайки» («очень нравится» и «скорее нравится») встречаются в 5,5 раз чаще, чем «дизлайки». Здесь необходимо напомнить, что список деятелей искусства в анкете был сформирован на основании опроса сходной выборки. В этом смысле мы не можем утверждать, что наши респонденты хорошо относятся ко всей литературе или всему кино – только то, что внутри этой совокупности нет ярко выраженных вкусовых расколов. Фракции элиты не разделены культурными заборами, из-за которых одна из фракций могла бы поливать другую презрением. Та картина, которую мы наблюдаем, – это картина консенсуса. В той мере, в какой мы предполагаем, что образ, который выстраивает респондент при заполнении анкеты, совпадает с образом, который он выстраивает в повседневных взаимодействиях с однокурсниками, мы должны заключить, что отрицательные реакции являются второстепенным элементом презентации.

---

<sup>18</sup> Пойманный на потреблении, которое, по его ощущению, аудитория считает компрометирующим, потребитель всегда может прибегнуть к следующим объяснениям: *«Когда я болею, то читать могу только женские романы», «Я лежал в больнице, и от нечего делать просмотрел всего Корецкого, который был у соседа», «Мой прошлый молодой человек был буквально повернут на таких книгах, и мне их тоже приходилось из-за него читать. Одна из причин, кстати, почему мы расстались».*

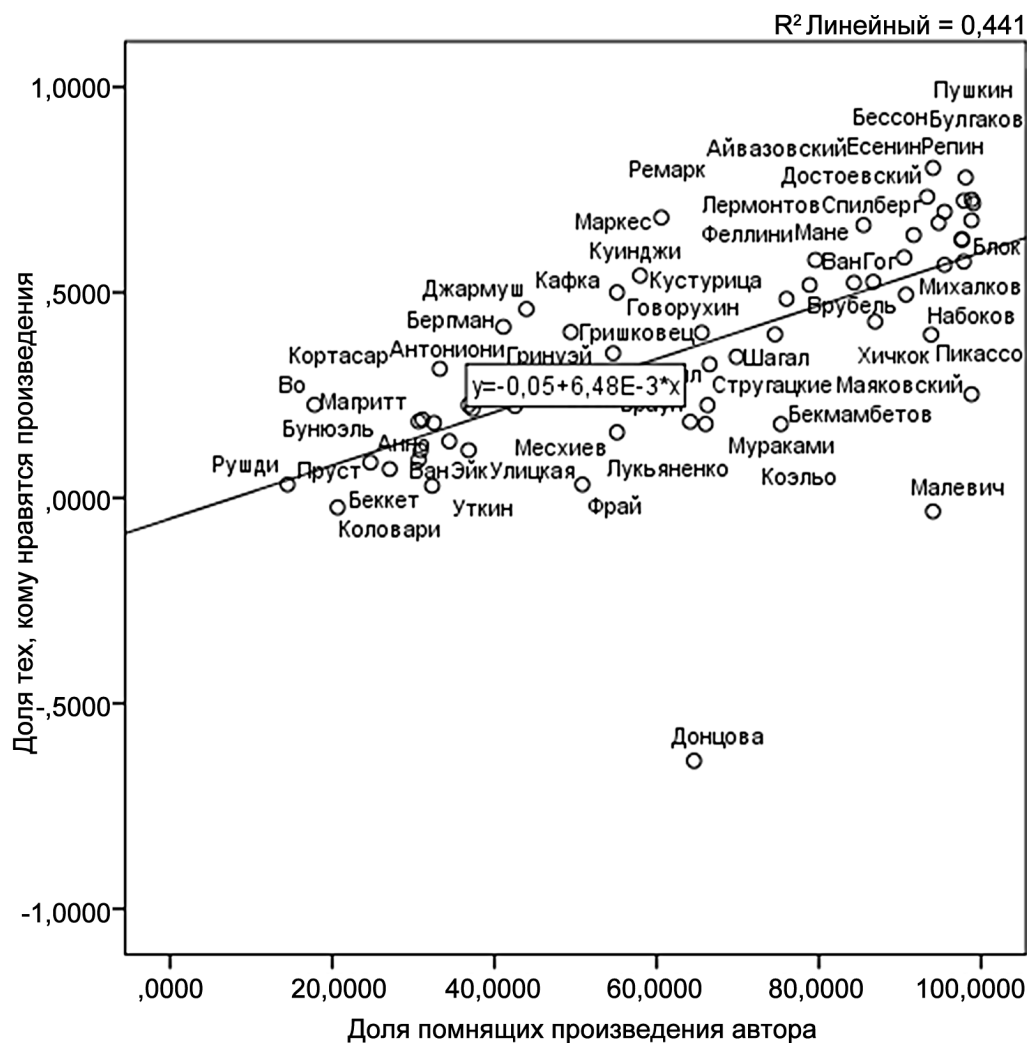


Рисунок 3. Связь известности произведения и доли его положительных оценок

Следующий шаг приводит нас к еще более интересным выводам. *Рисунок 3* отображает связь между долей заявивших, что произведения данного автора им нравятся (доля отрицательных оценок вычиталась из доли положительных, показатель может принимать значения от  $-1$  до  $1$ ) и долей опознавших данное произведение (от  $0$  до  $1$ ).

Ранговая корреляция между двумя показателями составляет  $0,737$ . Исследование свидетельствует, что самые известные авторы являются одновременно самыми безоговорочно одобряемыми: наибольшее превышение положительных оценок над отрицательными принадлежит Л. Бессону ( $80\%$ ), за ним следуют М.А. Булгаков ( $79\%$ ) и И.К. Айвазовский ( $73\%$ ). На противоположном полюсе находятся малоизвестные С. Рушди, М. Пруст, Б. Беккет и М. Коловари (который вообще

в нашем исследовании играет роль пятна Роршаха); положительные и отрицательные оценки в отношении их делятся примерно поровну.

Складывается впечатление, что имена, относящиеся к массовой культуре (особенно писатели), получают более низкие баллы, чем предполагает их известность: помимо явного аутлайера Дарьи Донцовой (которая находится на 5,17 стандартных отклонения ниже регрессионной прямой), обращают на себя внимание также П. Коэльо (1,32), М. Фрай (1,24) и Х. Мураками (1,14). Вторым важнейшим аутлайером является К. Малевич (3,13 стандартного отклонения), который, видимо, играет отчасти ту же роль – пугала, воплощающего в себе эксцессы высокой культуры так же, как Донцова воплощает в себе эксцессы массовой.

Вопреки ожиданию, основанному на теории П. Бурдьё (*Гипотеза 3*), различия во вкусах между активными и неактивными потребителями высокой культуры прослеживаются крайне нечетко. Мы попытались произвести мультиномиальную логистическую регрессию, чтобы обнаружить, скажутся ли суммы имен узанных писателей, режиссеров и художников, а также активное посещение музеев и других заведений высокой культуры на восприятии некоторых из самых известных фигур (Л. Бессона, М.А. Булгакова, И.К. Айвазовского) или персонажей, занимающих в определенном смысле исключительное положение (Дарья Донцова, К. Малевич). Только в случае с И.К. Айвазовским и М.А. Булгаковым обнаружили значимые связи, и единственно в ситуации с художником-маринистом они указывали на ожидаемый с точки зрения теории культурного отличия сценарий: те, кто может вспомнить больше имен художников и писателей, имеют тенденцию отказываться И.К. Айвазовскому в восхищении, вероятно, как живописцу слишком незыскательно-открыточному (при этом эффект не достигает значимости в 0,001). Коэффициент в случае с М.А. Булгаковым, причем еще менее выраженный, обращен по знаку (чем больше имен может вспомнить индивид, тем сильнее восхищение). При этом активные потребители высокой культуры не отличаются от менее активных в том, что касается направления их вкусов: читатели М. Пруста гораздо больше согласны между собой в том, что им нравится А.П. Чехов, чем в том, нравится ли им М. Пруст<sup>19</sup>. Таким образом, *Гипотеза 3*, предполагавшая, что мы можем ожидать, по меньшей мере, паритета в этой области, неверна, а *Гипотеза 3а* и *Гипотеза 4а*, от противного, более правдоподобны.

## Дискуссия

Попробуем подвести некоторые итоги.

1) В соответствии с гипотезой, следующей из теории П. Бурдьё, существует известное притяжение между родами высокой культуры (скажем, авангардным кино и постмодернистской прозой). Тем не менее, в общем и целом, более значимой оказывается тенденция к «всеядности».

2) Вопреки теории П. Бурдьё, широко потребляемые культурные объекты оказываются одобряемыми наиболее единодушно, при этом уровень их одобрения не зависит от культурного уровня респондента. Российские студенты не обнаруживают снобистскую тенденцию к отвержению массового и общедоступного. Это не свидетельствует напрямую в пользу теории Р. Петерсона ввиду существования альтернативных объяснений (см. ниже), но вполне укладывается в нее.

<sup>19</sup> То же самое касается читателей А.П. Чехова и С.В. Лукьяненко или А.П. Чехова и Дарьи Донцовой.

Сконструированный по результатам проведенного опроса культурный ландшафт оказался весьма оригинальным: в нем существует область и качественной массовой культуры, и сакрализованной школьной культуры, которые потребляются или потреблялись в прошлом всеми респондентами и которые оцениваются безусловно положительно. С ними соседствует сектор высокой культуры, между потреблением разных родов которой существует известное притяжение, но при этом ее конкретные образцы в среднем оцениваются менее позитивно. Области жанровой культуры (например, фантастика) примыкают к качественной массовой культуре примерно на тех же правах, что и высокая культура, причем явного антагонизма между ними не прослеживается.

Коммуникативное притяжение и потребность в признании своих вкусов со стороны окружающих в большей степени, чем стремление к отличию, являются той геологической силой, которой мы могли бы приписать появление этого культурного ландшафта. Связь известности и одобрения объектов, скорее, напоминает корреляцию, характерную для науки. Если мы опросим социологов, нравятся ли им список книг по социологии, то, вероятно, получим похожее распределение: с одной стороны, обнаружится почитаемая всеми классика, с другой, современные работы, вызывающие более поляризованное отношение. Такое поведение ученых может быть мотивировано нормами, определяющими законное членство в дисциплине через принятие ее канонов<sup>20</sup>.

Существование подобных норм, карающих за проявления нонконформизма, могло бы быть альтернативным объяснением наблюдаемого паттерна, который позволяет нам обойтись без петерсоновского предположения об ориентации культурного потребления на задачи поддержания разговора. В некоторых ситуациях это альтернативное объяснение интуитивно более правдоподобно: мы можем представить себе студентов-экономистов и социологов, оживленно обсуждающих во время перерыва между парами С. Спилберга, но вообразить их горячо обсуждающими М.Ю. Лермонтова сложнее (никто из авторов ни разу не был ни участником, ни свидетелем такой сцены). Заметим также, что неверными оказываются и ожидания, сформированные на основании теорий полистилистичности, которые предполагают, что индивиды объединяются в племена на основании общности вкусов или иных характеристик (например, этничности) и, дистанцируясь от окружающего мира, утверждают солидарность друг с другом.

Мы не находим подтверждений теории, утверждающей, что эмоциональная неприязнь может развиваться стратегически как средство дистанцирования себя от тех, кто пытается имитировать потребления элиты, и, соответственно, что потребители по-настоящему высокого искусства испытывают неприязнь к искусству низкому. Подразумеваемое концепцией «кода кодов» притяжение форм искусства в сфере высокой культуры может иметь место: те, кто декларирует потребление одних форм высокой культуры, обычно потребляют и другие. Однако нет свидетельств того, что это владение является инструментом исключения<sup>21</sup>.

Можно ли из этого сделать однозначный вывод, что в России не происходит воспроизводства статусной группы или «культурного класса» [DiMaggio, Mohr 1985], энергично отграничивающей себя от окружения культурными барьерами? Здесь мы должны проявить осторожность. Наш выбор объекта исследования —

<sup>20</sup> Вряд ли социологи примут в качестве коллеги человека, декларирующего, что он не видит, почему кому-то может быть интересен М. Вебер: неприятие знаковых фигур из прошлой социологии ставит под сомнения принадлежность к ней.

<sup>21</sup> Отметим, что это можно объяснить не только объективным существованием «кода кодов», но и верой в его существование, которая воплощается в ожиданиях относительно современного интеллектуала.



студентов элитарных учебных заведений – оправдывался представлением о том, что среди них мы найдем «культурных миллионеров», которые, если П. Бурдые прав, должны были быть особенно энергичны в дистанцировании от менее утонченного окружения. Данные показывают, что ничего подобного не происходит: вкусы менее искушенной части потребителей не встречаются у более искушенных никакого отторжения. Мы не обнаружили никаких следов существования продвинутых ценителей культурного авангарда, с презрением отвергающего вкусы мейнстрима.

Тем не менее этот вывод требует нескольких оговорок. Первое: как показывает пример Дарьи Донцовой, наш выбор объектов мог быть несовершенным, поскольку мы, возможно, не охватили по-настоящему «низкие» жанры (русские ситкомы или женские романы), способные вызвать негативную реакцию, которая отсутствует в отношении любителей С. Спилберга и даже Л.Бессона. Эмоционально насыщенные культурные границы могут пролегать ниже и отделять непочитателей оперы от любителей мюзиклов, а ценителей того и другого (и, возможно, даже Верки-Сердючки) от поклонников певицы Натали и песни «Боже, как какой мужчина», но в то же не исчезнуть вовсе. В этом смысле наш способ составления списка оцениваемых культурных объектов мог быть неудачным, если потребление и отчеты о нем при ответах уже подверглись жесткому самоконтролю и самооценке. Однако даже если подобное и произошло, это свидетельствует исключительно о том, что определенные вкусы являются инструментом маргинализации непривелегированных групп, но не самоизоляции со стороны элиты (аналогичный процесс, возможно, имел место в США, см. [Bryson 1996]).

Второе (и, возможно, более важная оговорка): снобистские тенденции могли быть перемещены из сферы того, что потребляется и одобряется, в сферу того, как оно потребляется и одобряется. Д. Хольт, пытаясь защитить П. Бурдые от сторонников теорий «всеядности», настаивал на том, что потребителей теперь маркирует не набор потребляемых объектов, а стиль потребления [Holt 1998]. Высшие классы культивируют в себе способность обсуждать и сравнивать произведения искусства, делать свою любовь к ним поводом для демонстрации широты познаний и тонкости суждения. Эстетический объект оказывается лишь предлогом для упражнения в определенных устных жанрах<sup>22</sup>. Аргумент Д. Хольта в некотором смысле объединяет теории «всеядности» и идеи П. Бурдые: с одной стороны, потреблять можно что угодно, с другой стороны, сохраняется логика эксклюзии и выстраивания статусных границ, и в такой адаптированной форме П. Бурдые нашими данными не опровергается.

Принятие этих поправок к теории П. Бурдые, однако, подразумевает, что в нее должны быть внесены обширные модификации. В частности, нам приходится отказаться от семиотической модели, основанной на сложности кода (имеет значение не код, которым послание зашифровано, а независимый от него код, используемый при дешифровке), и пересмотреть представления о структуре полей. В оригинальной теории существует гомология между организацией пространства вкусов и полем культурного производства, где структура последнего задается вкусами, которые обслуживает соответствующий сегмент поля [Bourdieu 1983; Bourdieu 1996]. Более сложные коды и элитарная публика соответствуют автономному полюсу, основным законом эволюции которого является движение от сложного к более сложному и эзотерическому: так, современное искусство по определению не может быть прочитано с помощью одного из «вульгарных» кодов (нефигуративная живо-

<sup>22</sup> «Я лично очень люблю МакДональдс: нигде не испытываешь сартровскую заброшенность острее, особенно мерзким ноябрьским утром».

пись не знает ни портретного сходства, ни символизма). Однако, если мы принимаем поправки Д. Хольта, необходимость и возможность появления автономного полюса в поле культурного производства вообще оказываются под вопросом.

В заключение вернемся к еще одному результату нашего исследования. Мы опробовали в нем подход к изучению культурного потребления, отличный от освященного традицией (анализ вкусов социально-экономических групп). Традиционный подход при всех его достоинствах имеет ограничения, связанные с тем, что он (1) предполагает существование надежной модели классовой структуры; (2) требует информации о положении в ней носителей вкусов. Последнее отсекает возможность использования в других случаях наиболее богатых источников относительно культурного потребления, которые доступны благодаря *big data*. Мы пытались показать, что произвести сравнение теорий культурного потребления возможно, даже если отказать от данных о структурной позиции. Хотя в настоящем исследовании информация собиралась традиционным опросным методом, сама стратегия может быть апробирована на данных из иных источников. Очевидно, что источники такого рода обречены страдать от недостатка репрезентативности, но масштаб и относительная доступность *big data* способны во многом окупить это ограничение.

## Литература

- Бурдьё П. (2001) Практический смысл. СПб.: Алетейя.  
 Bourdieu P. (2001) *Prakticheskii smysl* [Practical Sense], Saint-Petersburg: Aleteya.  
 Bourdieu P. (1983) The Field of Cultural Production, or the Economic World Reversed // *Poetics*, vol. 12, no 4–5, pp. 311–356.  
 Bourdieu P. (1) (1984) *Distinction: The Social Critique of the Judgment of Taste*, London: Routledge/Kegan Paul.  
 Bourdieu P. (2) (1984) Outline of a Theory of Art Perception // Bourdieu P. *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, University of Columbia Press.  
 Bourdieu P. (1986) The Forms of Capital // Richardson J.G. (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood Press, pp. 241–258.  
 Bourdieu P. (1996) *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*, Cambridge: Polity Press.  
 Bourdieu P., Darbel A., Schnapper D. (1991) *The Love of Art: European Art Museums and their Public*, Cambridge: Polity Press.  
 Bourdieu P., Passeron J.-C. (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*, London: Sage.  
 Brown R. (1977) *A Poetic for Sociology: Toward a Logic of Discovery for the Human Sciences*, Cambridge: Cambridge University Press.  
 Bryson B. (1996) “Anything but Heavy Metal”: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes // *American Sociological Review*, vol. 61, no 5, pp. 884–899.  
 De Graaf N.D., De Graaf P.M., Kraaykamp G. (2000) Parental Cultural Capital and Educational Attainment in the Netherlands: A Refinement of the Cultural Capital Perspective // *Sociology of Education*, vol. 73, no 2, pp. 92–111.  
 DiMaggio P. (1982) Cultural Capital and School Success. The Impact of Status Culture Participation on the Grades of United-states high-school Students // *American Sociological Review*, vol. 47, no 2, pp. 189–201.  
 DiMaggio P. (2000) The Production of Scientific Change: Richard Peterson and the Institutional Turn in Cultural Sociology // *Poetics*, vol. 28, no 2–3, pp. 107–136.  
 DiMaggio P., Useem M. (1978) The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America // *Theory and Society*, vol. 5, no 2, pp. 141–161.  
 DiMaggio P., Mohr J. (1985) Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection // *American Journal of Sociology*, vol. 90, no 6, pp. 1231–1257.

- DiMaggio P., Mohr J. (1995) The Intergenerational Transmission of Cultural Capital // *Research in Social Stratification and Mobility*, vol. 14, pp. 167–199.
- DiMaggio P., Mukhtar T. (2004) Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982–2002: Signs of Decline? // *Poetics*, vol. 32, no 2, pp. 169–194.
- Gayo-Cal M., Savage M., Warde A. (2006) A Cultural Map of the United Kingdom, 2003 // *Cultural Trends*, vol. 15, no 2–3, pp. 213–237.
- Holt D.B. (1998) Does Cultural Capital Structure American Consumption? // *Journal of Consumer Research*, vol. 25, no 1, pp. 1–25.
- Katsillis J., Rubinson R. (1990) Cultural Capital, Student Achievement and Educational Reproduction. The Case of Greece // *American Sociological Review*, vol. 55, no 2, pp. 270–279.
- Katz-Gerro T. (2002) Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States // *Social Forces*, vol. 81, no 1, pp. 207–229.
- Kingston P.W. (2001) The Unfulfilled Promise of Cultural Capital Theory // *Sociology of Education*, special issue, pp. 88–99.
- Lamont M., Lareau A. (1988) Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Development // *Sociological Theory*, vol. 6, pp. 153–168.
- Lareau A., Weininger E.B. (2003) Cultural Capital in Educational Research: A Critical Assessment // *Theory and Society*, vol. 32, no 5–6, pp. 567–606.
- Peterson R., Kern R. (1996) Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore // *American Sociological Review*, vol. 61, no 5, pp. 900–907.
- Peterson R.A. (1992) Understanding Audience Segmentation. From Elite and Mass to Omnivore and Univore // *Poetics*, vol. 21, no 4, pp. 243–258.
- Peterson R.A. (2005) Problems in Comparative Research: The Example of Omnivorousness // *Poetics*, vol. 33, no 5–6, pp. 257–282.
- Sullivan A. (2001) Cultural Capital and Educational Attainment // *Sociology*, vol. 35, no 4, pp. 893–912.
- Warde A., Wright D., Gayo-Cal M. (2007) Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore // *Cultural Sociology*, vol. 1, no 2, pp. 143–164.
- Zavisca J. (2005) The Status of Cultural Omnivorism: A Case Study of Reading in Russia // *Social Forces*, vol. 84, no 2, pp. 1233–1255.

---

---

## **Cultural Capital, Artistic Tastes and Status Boundaries Among Russian University Students**

M. SOKOLOV\*, M. SAFONOVA\*\*, G. CHERNETSKAYA\*\*\*

\***Mikhail Sokolov** – Candidate of Science in Sociology, Professor, Political Science and Sociology Department, European University at Saint Petersburg. Address: 3a, Gagarinskaya St., Saint Petersburg, 191187, Russian Federation. E-mail: msokolov@eu.spb.ru

\*\***Maria Safonova** – Candidate of Science in Sociology, Associate Professor, Department of Sociology, Higher School of Economics. Address: 16, Soyuz Pechatnikov St., Saint Petersburg, 190008, Russian Federation. E-mail: msafonova@hse.ru

\*\*\***Galina Chernetskaya** – MA in Sociology, Graduate, Political Science and Sociology Department, European University at Saint Petersburg. Address: 16, Soyuz Pechatnikov St., Saint Petersburg, 190008, Russian Federation. E-mail: gaaalka@gmail.com

**Citation:** Sokolov M., Safonova M., Chernetskaya G. (2017) Cultural Capital, Artistic Tastes and Status Boundaries Among Russian University Students. *Mir Rossii*, vol. 26, no 1, pp. 152–179 (in Russian)

## Abstract

This article tests Pierre Bourdieu's, and Richard Peterson's / Paul DiMaggio's theories of cultural consumption using data from a survey of students of an elite Russian university. While this sample is obviously not representative of general population, it arguably allows comparing crucial expectations arising from the two theories. Due to specifics of admission procedure, it included young people who were endowed with high levels of cultural capital (passing highly competitive exams) and those who were endowed with economic capital (paying high tuition fees) interacting with each other on an almost daily basis. It follows from Bourdieu's treatment of cultural capital that co-existence of members of different factions of societal elite would inevitably result in high cultural capital group rejecting the tastes of a less sophisticated audience and in this way establishing its superiority. In contrast, "cultural omnivore"/"cultural mobility" theory expects a more peaceful coexistence with high cultural capital group developing liking, rather than disliking, for objects consumed by low cultural capital group and using them as a communicative resource. An innovative aspect of this study is that, instead of using regressions to find correlations between quality and quantity of tastes and class position of individuals to whom these tastes belong, we rely on testing competing hypotheses concerning the organizations of spaces of tastes as such. The specific hypotheses derived specify (1) the overall distribution of artistic tastes (the polarization of the high- and the low-brow tastes vs centre-periphery structure with mainstream and consensual tastes in the middle), (2) homology of different forms of high culture vs segmented forms of cultural consumption, (3) distribution of accounts of liking as portrayed against the background of cultural knowledge. Generally, our findings yield full support for the cultural omnivore model. Counter the snob model, high cultural capital group demonstrates significantly more liking for the most familiar and accessible artistic figures, than low cultural capital group. We discuss the implications of these findings with regard to other aspects of Bourdieu's theoretical contributions and our understanding of status boundaries in modern Russia.

**Key words:** cultural capital, cultural consumption, social space (mapping), status boundaries, Bourdieu, cultural omnivorousness

## References

- Bourdieu P. (2001) *Prakticheskii smysl* [Practical Sense], Saint-Petersburg: Aleteya.
- Bourdieu P. (1983) The Field of Cultural Production, or the Economic World Reversed. *Poetics*, vol. 12, no 4–5, pp. 311–356.
- Bourdieu P. (1) (1984) *Distinction: The Social Critique of the Judgment of Taste*, London: Routledge/Kegan Paul.
- Bourdieu P. (2) (1984) Outline of a Theory of Art Perception. Bourdieu P. *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, University of Columbia Press.
- Bourdieu P. (1986) The Forms of Capital. Richardson J.G. (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood Press, pp. 241–258.
- Bourdieu P. (1996) *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*, Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu P., Darbel A., Schnapper D. (1991) *The Love of Art: European Art Museums and their Public*, Cambridge: Polity Press.

- Bourdieu P., Passeron J.-C. (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*, London: Sage.
- Brown R. (1977) *A Poetic for Sociology: Toward a Logic of Discovery for the Human Sciences*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bryson B. (1996) “Anything but Heavy Metal”: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes. *American Sociological Review*, vol. 61, no 5, pp. 884–899.
- De Graaf N.D., De Graaf P.M., Kraaykamp G. (2000) Parental Cultural Capital and Educational Attainment in the Netherlands: A Refinement of the Cultural Capital Perspective. *Sociology of Education*, vol. 73, no 2, pp. 92–111.
- DiMaggio P. (1982) Cultural Capital and School Success. The Impact of Status Culture Participation on the Grades of United-states High-school Students. *American Sociological Review*, vol. 47, no 2, pp. 189–201.
- DiMaggio P. (2000) The Production of Scientific Change: Richard Peterson and the Institutional Turn in Cultural Sociology. *Poetics*, vol. 28, no 2–3, pp. 107–136.
- DiMaggio P., Useem M. (1978) The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America. *Theory and Society*, vol. 5, no 2, pp. 141–161.
- DiMaggio P., Mohr J. (1985) Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection. *American Journal of Sociology*, vol. 90, no 6, pp. 1231–1257.
- DiMaggio P., Mohr J. (1995) The Intergenerational Transmission of Cultural Capital. *Research in Social Stratification and Mobility*, vol. 14, pp. 167–199.
- DiMaggio P., Mukhtar T. (2004) Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982–2002: Signs of Decline? *Poetics*, vol. 32, no 2, pp. 169–194.
- Gayo-Cal M., Savage M., Warde A. (2006) A Cultural Map of the United Kingdom, 2003. *Cultural Trends*, vol. 15, no 2–3, pp. 213–237.
- Holt D.B. (1998) Does Cultural Capital Structure American Consumption? *Journal of Consumer Research*, vol. 25, no 1, pp. 1–25.
- Katsillis J., Rubinson R. (1990) Cultural Capital, Student Achievement and Educational Reproduction. The Case of Greece. *American Sociological Review*, vol. 55, no 2, pp. 270–279.
- Katz-Gerro T. (2002) Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*, vol. 81, no 1, pp. 207–229.
- Kingston P.W. (2001) The Unfulfilled Promise of Cultural Capital Theory. *Sociology of Education*, special issue, pp. 88–99.
- Lamont M., Lareau A. (1988) Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Development. *Sociological Theory*, vol. 6, pp. 153–168.
- Lareau A., Weininger E.B. (2003) Cultural Capital in Educational Research: A Critical Assessment. *Theory and Society*, vol. 32, no 5–6, pp. 567–606.
- Peterson R., Kern R. (1996) Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, vol. 61, no 5, pp. 900–907.
- Peterson R.A. (1992) Understanding Audience Segmentation. From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics*, vol. 21, no 4, pp. 243–258.
- Peterson R.A. (2005) Problems in Comparative Research: The Example of Omnivorosity. *Poetics*, vol. 33, no 5–6, pp. 257–282.
- Sullivan A. (2001) Cultural Capital and Educational Attainment. *Sociology*, vol. 35, no 4, pp. 893–912.
- Warde A., Wright D., Gayo-Cal M. (2007) Understanding Cultural Omnivorosity: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. *Cultural Sociology*, vol. 1, no 2, pp. 143–164.
- Zavisca J. (2005) The Status of Cultural Omnivorism: A Case Study of Reading in Russia. *Social Forces*, vol. 84, no 2, pp. 1233–1255.