

ПРИКЛАДНА КУЛЬТУРОЛОГІЯ І КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ

УДК 321.911(477)

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-2392-3938>

DOI: <https://doi.org/10.37627/2311-9489-24-2023-2.134-142>

КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ ЯК ФОРМА АКТИВНОГО КУЛЬТУРНОГО СПОЖИВАННЯ

Олійник

Олександра Сергіївна

кандидатка культурології,
завідувачка відділу теорії
та історії культури,
Інститут культурології
Національної академії
мистецтв України,
м. Київ
aleksandra.oley@gmail.com

Oleksandra Oliinyk

Ph.D. (Culturology),
head of the department
of theory and history of culture,
Institute for Cultural Research,
National Academy of Arts of Ukraine,
Kyiv
aleksandra.oley@gmail.com

Анотація. Дослідження зосереджується на впливі пасивних і активних культурних практик на процеси інкультурації і соціалізації. Попри різноманітну увагу до культурних практик (і культурного споживання) існує низка різнотлумачень, які ґрунтуються на базовому сприйнятті взаємодії культурного виробника зі споживачем, і з огляду на це — залученість споживача до культурного простору. У статті розглядають гіпотези культурних практик, що формують сучасний тезаурус теорії культури, використовують відносно недавні дані щодо культурних практик в Україні. Основою концептуалізації культурних практик у дослідженні є сприйняття відносин культурного виробника й споживача як систему доступу до ресурсів і благ, де культурне споживання визначається доступом до культурних благ, а рівень залученості (партиципації) у культурному споживанні розрізняється як активне та пасивне. Окрема увага в дослідженні приділяється функціям культурних практик, зокрема як потенційного інструменту ревіталізації соціокультурного й економічного життя міст. Значення самоорганізаційного потенціалу культурних практик, на нашу думку, найвиразніше прослідковуються в дослідженнях урбаністів і соціальних географів, теоретичні й практичні тези яких опосередковано висновують, яким чином — навіть якщо гіпотетично — культурне споживання і культурні практики впливають на зміни в суспільстві і як суспільство зрештою змінює культурні практики.

Ключові слова: культурна практика, інкультурація, соціалізація, культурне споживання.

Постановка проблеми. Визначення і прочитання «культурних практик» різноманітні як за функціями, так і за очікуванням соціального ефекту: культурні практики формують загальні риси культури й водночас вирізняють культурні та соціальної групи, відображають суспільні ціннісні орієнтири й водночас спонукають до критики, до створення нових, гармонізують повсякденне, оживляють соціальне й духовне життя і випереджають суспільні виклики, підживлюють потреби в змінах, розвитку, інноваційності, революційності або

навпаки — «стандартизують» культуру до повсякденності. Розрізнення культурних практик загалом має широкий діапазон за кожним напрямом: практики повсякдення і святкові практики, соціальні й духовні культурні практики, культурні практики як вид професійної зайнятості та культурні практики як споживання культурного продукту; можна розрізняти культурні практики за інституційністю (театральні, виставкові), за функціями (творчі, просвітницькі, гедоністичні), за соціальними групами (дитячі, молодіжні) тощо. Дослідження самоорганізаційного потенціалу культурних практик *актуалізується* низкою ризиків, пов'язаних з повномасштабною війною, якій передувала експансивний тиск російської культури на культурне виробництво України й безпосередньо на суспільство. Дослідження переслідує мету оприяти вплив пасивних і активних культурних практик на процеси інкультурації і соціалізації. Дослідження культурних практик включає роботи Л. Скокової і А. Ручка, К. Настоящої і Л. Чупрія. Сучасну концепцію культурних практик розвивають Т. Кац-Герро, вплив культурних практик на добробут досліджувала С. Оман. Однак попри різноманітну увагу до культурних практик (і культурного споживання) існує низка різнотлумачень, які ґрунтуються на базовому сприйнятті взаємодії культурного виробника зі споживачем, і з огляду на це — залученість споживача до культурного простору.

Культурними практиками в сучасному тезаурусі прикладної культурології в тому числі й уточнюють поняття «культура», оскільки культурні практики невіддільно пов'язуються з циркуляцією (щомайнінше) та створенням культурних кодів, текстів культури й символів у різноманітних формах — як творів образотворчого мистецтва так, і ужиткового, від збереження спадщини до відтворення обрядів. Як соціальний феномен є формою соціальної взаємодії, що об'єднує спільне зацікавлення у вивченні або репродукції досвіду, знань та світоглядних доктрин. Деякі іншими процесами, пов'язаними з культурними практиками, розкривають побутове повсякденне освоєння світу. Беззаперечно, на думку Г. Меднікової (Меднікова, 2017, с. 35), культурні практики послугують процесу естетизації повсякдення: «естетизація повсякденного світу має багато образів-симулякрів, пропозицій, що створюють ілюзію повноти та респектабельності», а власне культурні практики виходять за

межі сприйняття культурно-мистецької діяльності й включають туризм, шопінг, спорт тощо. Актуальність дослідження культурних практик як об'єкта зумовлюється насамперед динамічною сутністю культури, метою даного дослідження — визначення соціальної функції культурних практик.

Очевидно, що культурні практики є поєднанням суспільного, побутового й культурного, і власне термін «культурні практики» позначає форми людської активності, шляхи залучення до соціальних кіл і мереж, які дозволяють безпосередньо спиратися на закономірності поведінки людей (Manterys, 2018, р. 113). Однак, на нашу думку, виокремлення з загальнобудованого власне культуротворчого та аксіологічного базисів скеровує дослідження культурних практик. У дослідженні звертаємося до сутності культурних практик, що оприявлює цінності, сприяє підтримці й збереженню традицій. Ціннісний рушій, соціальний статус і економічна специфіка культуротворення і разом з тим культурне споживання залишаються співзалежними, невіддільними від контексту — соціальної структури суспільства, а «культурна практика» — від індивідуальної до суспільної дії — є водночас і втіленням, й інструментом реалізації ціннісних сенсів, що проходять у мові культури, атрибутованій за соціальним статусом, рівнем освіти, гендером, віросповіданням тощо.

Власне культура може визначатися як форма структурованої практики, не тільки пов'язаної безпосередньо з художнім або естетичним досвідом, значно ширше — як повсякденні звички, традиції, паттерни суспільної поведінки, навички і світоглядні настанови (Manterys, 2018, р. 143). Культурні практики, не звужуючи коло їхньої реалізації виключно дозвіллевими функціями, розглядаємо й у контексті культурного споживання, інкультурації індивідів і впливу на розвиток міст. Сама логіка культурних практик — це пізнання, відтак і розумінні культурних форм як різноманітності, поєднаної зі взаємодією з іншими соціальними структурами, ми розрізняємо взаємодію як активну й пасивну. Під пасивною взаємодією ми розуміємо культурне споживання в пасивному його прояві, активна ж пов'язана зі здатністю до самоорганізації, залучення до створення або підживлення коду культури на дозвіллевому, аматорському рівнях, а звичайно в професійній діяльності. Саме в професійному культурному (або ж символічному) ви-

робництві роль культурних практик найбільш очевидно відслідковується в поєднанні з урбаністичними практиками, поживленні регіональних кодів культури й сприяння суспільному розумінню міста.

Отже, вирізимо в самоорганізаційному потенціалі культурних практик такі аспекти: культурні практики визначають і оприявлюють художні смаки, культурні практики безпосередньо визначають рівень інкультурації і соціалізації особистості, культурні практики інкорпуються в культурне підприємництво й культурні ініціативи, що змінюють міста та спільноти.

Культурні практики і художні смаки

Л. Скокова, послідовно цитуючи Бурдье визначає, що культурні практики, а разом з ними й смаки, культурне споживання підтримують і відтворюють і класову структуру, і культурну нерівність. Натомість культура і мистецтво, що умовно розділяє соціальні групи на різні споживачські кола, породжують культурну асиметрію, за визначенням Аббінга, яка також є формою нерівності, що в поєднанні з прагненнями зберігати недоторканність певних сенсів від загалу споживачів проковує зміни функцій мистецтва, мистецтва в його взірцевому, елітарному й високому «прояві».

Л. Скокова обґрунтовує, що більш релевантною для розуміння культурних практик і культурного споживання є концепція культурної всеїдності, згідно з якою, за визначенням Р. Петерсона (Скокова, 2014, с. 91), представники вищого середнього класу надають перевагу не лише взірцям високої культури, а й виказують уподобання в продуктах популярної культури, від яких мали б дистанціюватися відповідно до свого вищого статусу (Скокова, 2014, с. 92). Такий цілком слушний висновок ґрунтується на аналізі емпіричних даних 1990-х рр, побіжно залишаючи поза увагою дискурс сприйняття як популярної і масової культури, так і автономії мистецтва.

Гіпотеза про співставність культурних уподобань, преференцій, художніх смаків і «вищих» ціннісних орієнтирів з рівнем освіченості (рівнем освіти), висловлена Бурдье, піддається сумнівам і, зрештою, спростовується: як наголошують автори, не стільки вищий рівень освіти як такий стимулює більш витончені художні смаки або більший спектр сприйняття культурних благ, а тільки вивчення гуманітарних дисциплін, і як результат сам процес обробки інформації не пояснює диференціації сма-

ків на основі рівня освіченості, скоріше ці відмінності продиктовані розбіжностями в освітній соціалізації (різностороннім розвитком особистості). Значно більший вплив на культурні преференції і художні смаки, а також освітні здібності має батьківське активне культурне заохочення. Це почасти спростовує переконання Бурдье щодо міметичного навчання і підтверджує, що передання культурного капіталу має бути засноване на батьківському інвестуванні.

Однак питання самоорганізації, інституалізації культури і мистецтва визначаються рівнем активної залученості до культурних практик різних, не тільки пасивного споживання. За результатами дослідження культурних практик, здійсненого Оленою Богдан у 2019 році, 80 % населення України не займається творчо-мистецькими практиками або художньою самодіяльністю, у тому числі 49% населення України ніколи не займалися і не хотіли б займатися формою творчо-мистецької діяльності (мовиться про активні форми залученості до культурної практики такі, як гра на музичному інструменті, співи, писанкарство, художнє різьблення по дереву, комп'ютерний дизайн тощо). На противагу цим даним займаються регулярно лише 7% з тих 17%, що взагалі займаються (Богдан, 2019, с. 29), і дані ці відображають результати опитування дорослого населення, й не мають значних розбіжностей за географічними показниками: результати незмінні як серед мешканців міст, так і малих населених пунктів.

Що ж до питання самоорганізації культурних практик, зауважимо, що метою її дослідження є аналіз впливу культурних практик і культурного простору (якщо точніше — носіїв, акторів, продуцентів культурних продуктів і доступу до культурних благ і споживання) на суспільство, економіку та особистість і характерні взаємозалежні рушії або перепони самоорганізації культурних практик, зокрема відкритий/обмежений доступ до культурних благ, державну політику підтримки нарагивів національної самоідентифікації, створення економічних умов для самоорганізації чи інституалізації культури. Попри сутнісну суміжність (чи не сказати дифузю) культурних практик із культурним споживанням і дозвіллям, на нашу думку, ці категорії варто досліджувати, як окремі частини єдиного процесу культуротворення з спільними центральними культурними цінностями. Майкл Фріз (Frese,

2015) пропонує термінологічно розрізнити «культурні практики», тобто ті дії в межах культури, що відповідають на питання «як є?» (в оригіналі as is) від «культурних цінностей», того, що відповідає на питання «як має бути?» (в оригіналі — should be), оскільки функціональні межі кожного з «питань» очевидні. Тобто споживаємо ми те, що є, продукуємо те, що має бути (можливо, навіть на лише на наше особисте переконання). Цей підхід значно применшує самоорганізаційні характеристики культурних практик. До культурних практик у одному ряду з оринарними діями культурного споживання (відвідування театрів, музеїв чи виставок, читання, споживання медіа й інтернет контексту) і самозадіяності в культурно-мистецьких практиках (гра на музичних інструментах, різьблення, писанкарство, витинання, вишивання) відноситься також і сукупність механізмів з напрацювання (виробництва) сенсів і цінностей (і самодіяльних, і інституалізованих) та процеси соціалізації і інкультурації особистості.

Тож культурна практика не обмежується споживанням і створенням контенту, дозвіллевою і професійною діяльністю, самоорганізацією і інституалізацією культури і мистецтва та, зрештою, сповідуванням цінностей і створенням нових.

Оскільки в українському культурному просторі до сих пір зберігся унікальний соціально-економічний феномен — за значних адміністративних зусиль збереження порадянської структури інституалізованої (а відтак і легітимної) мистецько-культурної мережі розвиваються нові, сучасні, невраховані державною культурною політикою культурні практики, що поступово замальовують ландшафт креативної економіки міст, регіонів і функціонують на засадах ринкової економіки. Характеристики й показники як культурного споживання, доступу до культурних благ та й власне культурних практик мають відчутні розбіжності за різними регіонами. Український контекст Л. Скокова в 2014 році характеризує як той, що відображає розмивання культурних ієрархій, співіснування форм високого й популярного і відповідних режимів споживання, це не скасовує структурованості простору культури й важливого значення соціального статусу, віку, гендеру, освітнього рівня тощо (Скокова, 2014, с. 96–97). Виникає питання: як багатоманітність форм культурних практик враховується в державній культурній політиці, у дослідженні впливу їх на

загальний добробут суспільства. Сюзан Оман, досліджуючи зв'язок фінансових інструментів культурної політики й загального добробуту країни, застерігає від спроб ізолювати культуру від інших видів господарської діяльності, а також обґрунтовує взаємний вплив культури й рівня життя, вплив, що не обмежується простим, але оманливим ставленням: вищий рівень життя — більш вільний доступ до культурних благ і освіти — досконаліші смаки й культурні преференції, навпаки, зв'язок який доводить: що вище розвиток (і зокрема фінансова підтримка) культури, тим вищі показники добробуту загальносуспільного показника.

Гіпотеза про співставність культурних уподобань, преференцій, художніх смаків і «вищих» ціннісних орієнтирів з рівнем освіченості (рівнем освіти) піддається сумнівам і, зрештою, спростується в дослідженні Рівза і Де Вріза (2016), не стільки вищий рівень освіти як такий стимулює більш витончені художні смаки або більший спектр сприйняття культурних благ, а тільки вивчення гуманітарних дисциплін, і таким чином сам процес обробки інформації не пояснює диференціації смаків на основі рівня освіченості, радше ці відмінності продиктовані розбіжностями в освітній соціалізації (різностороннім розвитком особистості).

У дослідженні дозвілля і культурних потреб молоді в Херсоні, Івано-Франківську й Хмельницькому (Назаренко, Сирбу, Філіпчук, & Хассай, 2021) зафіксовано, що застосовувані в українській школі й університетах підходи до залучення до культурно-мистецького споживання мали зворотній ефект.

«В усіх трьох містах молоді люди згадували про неприємні враження, пов'язані з примусовим відвідуванням музеїв і театрів під час навчання в школі або закладі вищої освіти. Для деякого такі походи стали останніми в їхньому житті й закріпили асоціацію цих закладів культури з чимось директивним і нецікавим» (Назаренко, Сирбу, Філіпчук, & Хассай, 2021, с. 135).

Це підтверджує неефективність штучно вбудованих культурних практик в освітні програми й низький ступінь впливу на культурні смаки. Значно більший вплив на культурні преференції і художні смаки, а також освітні здібності має батьківське активне культурне заохочення. Звісно, батьківське інвестування можливе лише за умов відкритого до-

ступу як до різноманітності культурних благ, не обмежених пасивним культурним споживанням, так і до інфраструктури творчо-мистецької зайнятості та навчання. Безперечно, якщо керуватися даними, зібраними О. Богдан, лише чверть населення України вважає інфраструктуру їхнього населеного пункту достатньою для творчого та мистецького розвитку, приблизно стільки ж вважають, що інфраструктура загалом є, але могла б бути кращою, і на противагу — 21, 6% вважає, що реалізації дитячих творчих і мистецьких можливостей дуже мало, 16,6 % впевнена, що інфраструктури немає, а майже десята частина населення не може дати відповідь на подібне питання з не уточнених причин. Тож з населення України уявлення про розвинену та/або умовно-достатню інфраструктуру дитячого творчо-мистецького розвитку має лише 52%. Звичайно, у метафору «батьківського інвестування» вкладається більшою мірою й спільне «культурне дозвілля». Попри те, що статистику залучення дітей батьками до глядацьких-читацьких культурних практик в дослідженні О.Богдан немає, припущення можна зробити на основі розподілу культурних практик (у нашому випадку — споживчих) серед дорослих: «читацькі» практики — відвідування книгарні та бібліотеки принаймні 1 раз за рік нарахували 11,8% населення України, або бібліотеки, або книгарню — додатково 11,5%, не відвідували, але читали книжки (електронну або друковану) 13,1%, жодного читацьких дій — 60%, а серед найбільш відвідуваних культурних заходів — фільм у кінотеатрі (21,5 %), майже однакова кількість у музичного концерту й публічного святкування особливої дати (відповідно 15,3 % і 15,4 %), порівняно з театральною виставою 9,6 %, опера та балет — по 1,5% кожне, і гумористичний концерт — 3,1%. На противагу — 49,5 % не відвідали жодного культурного заходу, а 1,9 % не змогли пригадати, чи відвідували бодай щось. Невтішні й названі причини низької залученості до культурних практик: 50,1% відвідували б більше культурних заходів, якщо мали б більше коштів, 44,9 % — більше часу і 5,5% відвідували б частіше, якби заходи були іншими — більш цікавими, ніж зараз.

Співвідношення культурних практик зі смаками дедалі частіше ставлять у основу теоретичного обґрунтування концепції культурного капіталу. В есеї до дослідження Таллі Кац-Герро і Мейра Яіша (університет Хайфа), автори в еволюції те-

орії культурного капіталу, віддають перевагу двом домінантам культурного капіталу: культурні смаки (далі — художній смак), що відображають уподобання, та культурна участь (далі — партисипація), яка характеризує поведінку (Yaish, & Katz-Gerro, 2012). Виходячи вже з цього, подальшу теоретизацію культурного капіталу автори умовно розділяють на три категорії досліджень. Дослідження першої категорії обґрунтовують взаємозамінність, що художній смак і участь є взаємозамінними індикаторами культурного капіталу. До другої категорії відносять теоретичні праці, побудовані на гіпотезі про те, що художній смак і партисипація (культурна практика) є тандемом, очікуючи що їхня дія не буде відмінною. Третя категорія досліджень — теорію культурного капіталу розрізняє художній смак та партисипацію як окремі виміри культурного капіталу. Наприклад, Р. Петерсон був прихильником ідеї, що смаки є визначальними для культурного капіталу, оскільки смак є безпосереднім мірилом культурної само-відбудови на противагу культурній активності (партисипації), яка залежить від наявності й доступності мистецтва, яка значно коливається залежно від локалізації, життєвого циклу й економічних ресурсів. Інший аргумент на користь смаку, який наводить, наприклад, Бернар Лаїр, вибудовується на тому, що партисипація формується зобов'язаннями (обов'язкові шкільні культурні активності, професійний тиск) і не завжди відображає свідому активну участь індивіда в культурному споживанні. Дійсно, за результатами недавніх соціологічних спостережень культурного життя молоді, наявна система залучення до участі в культурному житті в школах є малоефективною і шкідливою: не просто не залучає до участі в культурних практиках, але й може відштовхувати від культури загалом (Назаренко, Сирбу, Філіпчук, & Хассай, 2021).

Ті теоретичні доробки, що визнають перевагу за культурною партисипацією сформулювали дві вкрай важливі тези. По-перше, культурна партисипація — це публічна маніфестація соціальних кордонів, що “робить видимими категорії культури й допомагає їхній стабільності”; по-друге, культурна партисипація підкріплює зобов'язання людини як споживача культурного продукту, водночас як смаки — не більше ніж заява про вподобання, відтак партисипація є більш надійним мірилом культурного капіталу. Спираючись на художній смак і

партисипацію як домінанти культурного капіталу, Кац-Герро і Яіш висувають гіпотезу, що смаки й партисипація компліментарно пов'язані важливі визначники культурного капіталу, зв'язок яких має теоретизуватися як такий, що художній смак передує партисипації. Індивіди є носіями практики водночас і патернів поведінки, і способів розуміння, знання і цікавості й ілюструють тим самим кейсом, представленим Рьоселем зі співавторами щодо активізації культурного споживання з появою нової культурної інституції (тобто пропозиції, що стимулює попит на культурний продукт) (Rössel, Schenk, & Weingartner, 2017). Так чи так, але дослідники не мають єдиного підходу в визначенні співвідношення додаткових навичок, умінь і компетенцій, що формують культурний капітал, або сформовані під впливом культурного капіталу та репродукції.

Вплив самоорганізаційних і споживчих культурних практик на процеси соціалізації та інкультурації особистості

Отже, задля розрізнення культурних практик умовно поділимо їх на практики активні, що залежать від самоорганізації, тобто ті, залучення до яких пов'язане з творчістю, мистецько-культурною діяльністю (хор, художні промисли та малювання, вишивки, писанкарство, танцювальні гуртки, створення анімації, дизайн тощо), та практики споживання культурного продукту, ті, що пов'язані з розвитком художніх смаків (відвідування виставок, театрів, опер, балету, концертів, кінотеатрів, тематичних фестивалей, читання тощо). Інкультурації і соціалізації, зрозуміло, сприяють обидва типи взаємодії з культурою і мистецтвом, особливо — в їхньому поєднанні, і відповідають основним формам соціокультурної реалізації (поза професійним життям). Культурні практики розкривають здатність до самоорганізації та новаторського мислення в професійній діяльності, оскільки якнайширше розвивають пізнавальні, творчі, комунікаційні і світоглядні навички. Важливим за формування особистості є баланс між процесом перетворення зовнішньої діяльності на внутрішню (культурний і освітній досвід) та творчу діяльність (втілення задумів і реалізація планів). Для інкультурації власне позірне розуміння культури є важливою, але недостатньою умовою. Процес інкультурації залежить від здатності до перетворення отриманих культурних вражень і досвіду на моральні принципи, естетичні й етичні переконання. Значення отриманого

загально-освітнього базису знань про культуру чи мистецтво є переоціненим через використання малоефективної методики вивчення, яка залишається механічною і не враховує особливі принципи освоєння культурного та художнього досвіду. Це підтверджено й соціологічним дослідження культурних і дозвілєвих практик в Україні, це обґрунтовано і в дослідженні культурного споживання, до якого ми звернемося нижче.

Для освоєння культури є необхідною участь у різних формах культурних практик, що «сприяє перетворенню знань про культуру на морально-естетичні якості особистості». Культурним практикам у науці приписується серед інших комунікаційна функція, яку можна пояснити процесами взаємодії, що дають змогу культурі залишатися динамічною, водночас культурні практики — це невід'ємна ланка соціалізації (за Гіммеlem і Лізардо), тобто тієї частини соціальної взаємодії, яка не підпорядковується іншим соціальним цілям, а «відтворюється заради себе». Справедливо зауважити, що соціалізація вбудована в процес інкультурації, і культурні практики в цьому процесі ідентифікують культурні смаки, які зрештою формують індивідуальний нетворкінг і, зокрема, впливають на належність до соціальних страт. Варто звернутися до запропонованої Н. Коваліско моделі стратифікації «позиції диспозиції практики», що разом з об'єктивними (соціальне походження, соціальна позиція за місцем праці та тип діяльності, досвід роботи у сфері зайнятості, особистий середньомісячний дохід, майно, власність) й суб'єктивними (самоідентифікація, суб'єктивна оцінка, престиж, належність до соціальних груп, поведінково-вербальний рівень культури) ґрунтується і на рівні «інтенсивності практик», тобто на тому, які види діяльності виконувалися особою протягом останнього року й соціокультурні практики останнього тижня. Власне текст культури втрачає суб'єктивність за відсутності носіїв досвіду й розуміння цього тексту.

Культурні практики послугують інкультурації різними функціями, до яких відносять як творчу, просвітницьку, комунікаційну функції і функцію соціалізації, так і гедоністичну, і рекреаційну. Якщо узагальнити, культурні практики приналежні до засобу задоволення і реалізації індивідуальних потреб соціалізації, на тлі яких можливо вибудовується гармонійність особистості, соціально пов'язаної з кодами культури й цінностями

ми суспільства за умови збалансованості функцій культурної практики чи то в самоорганізаційній групі культурних практик, чи то в суто споживчій. Беззаперечно, рекреаційну складову процесу інкультурації, або ж дозвіллево-рекреаційні функції культурних практик повсякдення, розглянуто в статті Г.Меднікової, яка зазначає, серед іншого, що «культурні практики повсякдення становлять основу індустрії дозвілля, індустрій розваг», а «гедоністична функція визначає їхню специфіку». Однак водночас з тим

«розвиток електронних технологій, загальна доступність побутової аудіовідеотехніки, комп'ютерів з периферійними пристроями розважального призначення *стандартизують* культуру повсякденного життя, форми проведення дозвілля, що знижує регулятивну роль традиційних етичних та культурних норм» (Меднікова, 2017, с. 37).

За цією логікою, переважання досвіду пасивного культурного споживання, що зорієнтоване на задоволення переважно рекреаційних і гедоністичних потреб приводить до ослаблення зв'язку з культурними кодами. Подібного роду застереження зробили Рössel, Шенк і Вайнгартнер, визначаючи відмінності художніх смаків, естетичних потреб у культурному споживанні різних соціальних груп. Зокрема, наявна пропозиція культурних благ частково автономних культурних сфер є важливою передумовою (Rössel, Schenk, & Weingartner, 2017, p. 6). Беззаперечно, автономні культурні сфери забезпечують культурні блага достатньої формальної складності, тобто умов, необхідних для естетичного розуміння. І в той час, як у режимах масової культури (на прикладі високоприбуткового телебачення) культурні продукти (телепрограми) є стандартизованими для загальної аудиторії, що, з одного боку, стримує від їхнього споживання людей з більш розвинутими естетичними і художніми смаками, а на противагу більш автономні «ринки» пропонують ширший спектр програм, що здатний приваблювати споживачів з певним естетичним настроєм. Саме це сприяє різноманіттю культурних уподобань, воночас як режим масової культури породжує і підтримує наратив «високої — низької» культури (Rössel, Schenk, & Weingartner, 2017, p. 7). Це застереження, на нашу думку, потребує більш детального обґрунтування. Якщо мовиться про свідоме, умисне підтримання наративу «високе — низьке», то обидва приклади культурних продуктів

мають пропонуватися чи бодай протиставлятися, що вже висуває до споживання критерій «критичності сприйняття». Натомість, якщо автори апелюють до тези, подібно до «гегемонії масового культурного продукту», що не залишає вибору за пасивного культурного споживання, декструктивно впливаючи на розподіл «вільного» часу, на дозвіллеві звички та практики, то теза про підтримання наративу «високе — низьке» радше виправдовує безальтернативність і деструктивність подібного споживання.

Цілком можна погодитися з авторами в тому висновку, що додаткового аналізу потребує «взаємозалежність попиту й пропозиції»: чи попит «спонукає до» появи пропозиції, чи пропозиція «формує» попит, і чи взагалі репрезентативними є дані підвищення попиту, тобто рівня відвідуваності театрів зі збільшенням пропозиції (тобто, приміром, відкриттям театру) (Rössel, Schenk, & Weingartner, 2017, p. 7).

Так чи так за умов збереження дисбалансу доступу до різноманіття культурних благ з переважанням пасивних споживчих культурних практик, очевидним залишається лише брак можливостей реалізації необхідних для повноцінної соціалізації та інкультурації особистості. Культурні практики, особливо ті, що передбачають активну особисту залученість до творчості (у тому числі самодіяльної) і є невіддільною й найбільшою частиною культурного капіталу, беззаперечно змінюють культурний простір у публічній площині — культурний ландшафт і ідентичність, сприяють сталості економічного розвитку за рахунок культурного капіталу й освітнього рівня, ринок праці розширює і урізноманітнює набір позицій і, зрештою, культурний капітал формує соціальні зв'язки й нетворкінг, що залишається чи не найважливішим і для формування індивідуального відчуття самореалізованості та для домінування культури визначеного суспільства.

Значення самоорганізаційного потенціалу культурних практик, на нашу думку, найвиразніше прослідковуються в дослідженнях урбаністів і соціальних географів, теоретичні та практичні тези яких опосередковано висновують, яким чином — навіть якщо гіпотетично — культурне споживання і культурні практики впливають на зміни в суспільстві і як суспільство зрештою змінює культурні практики. Дослідниця К'яра Валлі

в дисертації, присвяченій зв'язку мистецької зайнятості та джентрифікації, слушно узагальнює значення культурного різноманіття — від вигідного богомного становища з відповідним способом життя до спроб соціального спротиву, самопрезентація мистецтва в соціальній структурі так чи так забезпечує «здатність вдихнути життя в наявні соціальні процеси або ж кинути їм виклик» (Valli, 2017, р. 25). Потенціал культурних практик для розвитку міста в цьому дослідженні розглядається не винятково в інструментальній ресурсній ролі культури і мистецтва, не звужуючи репрезентацію культурних практик їхньою комунікаційною функцією, тим паче — рекреаційною, проте подібні концептуальні моделі теж важливо враховувати в дослідженні. Розвідка орієнтується на пошук підтвердження, чи формує пропозиція різноманітного

культурного продукту або полегшений доступ до культурних благ, або навпаки, культурний продукт витісняється з суспільного простору через попит на культурний текст, обмежений рекреаційною або гедоністичною функцією.

Замість висновку визначимо завдання для поглибленого дослідження впливу партиципації в культурних практиках як на індивідуальний, так і на суспільний добробут. По-перше, підтвердження потребує гіпотеза впливу пасивного й активного культурного споживання на індивідуальний добробут, питання ідентичності й культурної безпеки. По-друге, необхідною задачею для обґрунтування впливу культурних практик на суспільний добробут через розвиток культурних ініціатив регіону, що об'єднують довкола себе спільноту завдяки комунікації і дослідженню культурних потреб.

Література:

- Богдан, Олена. (2019). Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України: результати всеукраїнського опитування. *Аналітичний звіт*. Одеса: ВГО «Асоціація сприяння самоорганізації населення». 75 с.
- Меднікова, Г. С. (2017). Концепт «культурні практики» та його роль в трансформації сучасної культури. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 7 : Релігієзнавство. Культурологія. Філософія*. Вип. 37. С.30–39.
- Назаренко, Юлія, Сирбу, Олена, Філіпчук, Ліліана, & Хассай, Єлизавета. (2021). *Дослідження дозвілля і культурних потреб міської молоді в Україні*. ГО «Центр дослідження суспільства «Седос». 151 с. Відновлено з <https://cedos.org.ua/en/researches/doslidzhennia-dozvillia-i-kulturnykh-potreb-miskoi-molodi-v-ukraini>
- Скокова, Л. (2014). Культурні практики як рух у просторі можливостей. *Культурологічна думка*, № 7. С. 90 — 97.
- Frese, M. (2015). Cultural Practices, Norms, and Values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 46(10), 1327–1330. DOI: <https://doi.org/10.1177/0022022115600267>
- Manterys, A. (2018). Cultural practices and social relations. In *Individuals and Their Social Contexts*. P. 113–150.
- Oman, Susan. (2021). *Evidencing Culture for Policy*.
- Rössel, Jörg, Schenk, Patrick, & Weingartner, Sebastian. (2017). *Cultural Consumption*.
- Valli, C. (2017). Pushing borders. Cultural workers in the restructuring of post-industrial cities. *Geographica*, 14. 153 p. Uppsala: Department of Social and Economic Geography. ISBN 978-91-506-2631-5.
- Yaish, M., & Katz-Gerro, T. (2012, April). Disentangling 'Cultural Capital': The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation. *European Sociological Review*, Volume 28, Issue 2. P. 169–185. DOI: <https://doi.org/10.1093/esr/jcq056>

References:

- Bohdan, Olena. (2019). Deyaki aspektu kulturnykh praktyk i kulturnoyi infrastruktury Ukrainy: rezultaty vseukrayinskogo opytuvannya [Some aspects of cultural practices and cultural infrastructure of Ukraine: results of an all-Ukrainian survey]. *Analitychny zvit*. Odesa: VGO «Asotsiatsia spryannya samoorganizatsii naseleण्या». 75 p. (in Ukrainian)

- Frese, M. (2015). Cultural Practices, Norms, and Values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 46(10), 1327–1330. DOI: <https://doi.org/10.1177/0022022115600267>
- Manterys, A. (2018). Cultural practices and social relations. In *Individuals and Their Social Contexts*. P. 113–150.
- Mednikova, Galyna. (2017). The concept of «cultural practices» and its role in the transformation of contemporary culture. In *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University. Series 7. Religious Studies, Cultural Studies, Philosophy*. Vol. 37. National Pedagogical Dragomanov University. P. 30–39. (in Ukrainian)
- Nazarenko, Y., Syrbu, O., Filipchuk, L., & Khassai, Y. (2021). *Research on leisure time and cultural needs of urban youth in Ukraine*. Retrieved from <https://cedos.org.ua/en/researches/doslidzhennia-dozvillia-i-kulturnykh-potreb-miskoi-molodi-v-ukraini> (in Ukrainian)
- Oman, Susan. (2021). *Evidencing Culture for Policy*.
- Rössel, Jörg, Schenk, Patrick, & Weingartner, Sebastian. (2017). *Cultural Consumption*.
- Skokova, L. (2014). Cultural Practices as Motion in the Space of Possibilities. In *The Culturology Ideas*. Vol. 07. No 1. P. 90–97. (in Ukrainian)
- Valli, C. (2017). Pushing borders. Cultural workers in the restructuring of post-industrial cities. *Geographica*, 14. 153 p. Uppsala: Department of Social and Economic Geography. ISBN 978-91-506-2631-5.
- Yaish, M., & Katz-Gerro, T. (2012, April). Disentangling ‘Cultural Capital’: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation. *European Sociological Review*, Volume 28, Issue 2. P. 169–185. DOI: <https://doi.org/10.1093/esr/jcq056>

Oleksandra Oliinyk

Cultural practices as a form of active cultural consumption

Abstract. This paper focuses on the influence of passive and active cultural practices on the processes of inculturation and socialization. Despite the various attention to cultural practices (and cultural consumption), there are a number of different interpretations, which are based on the basic perception of the interaction of the cultural producer with the consumer, and, accordingly, the proactive involvement of the consumer in the cultural life. The article examines the hypotheses of cultural practices that form the modern thesaurus of cultural theory, using relatively recent data on cultural practices in Ukraine. The basis of the conceptualization of cultural practices in the study is the perception of cultural producer-consumer relations as a system of access to resources and goods, where cultural consumption is determined by access to cultural goods, and the level of involvement (participation) in cultural consumption is distinguished as active and passive.

Particular attention in the research is paid to the functions of cultural practices, in particular as a potential tool for revitalizing the socio-cultural and economic life of cities. The significance of the self-organizing potential of cultural practices, in our opinion, is most clearly traced in the studies of urbanists and social geographers, whose theoretical and practical theses indirectly deduce how — even if hypothetically — cultural consumption and cultural practices affect changes in society, and how society ultimately changes cultural practices.

Keywords: cultural practice, inculturation, socialization, cultural consumption.