

Kultūrinis vartojimas ir socioerdvinė diferenciacija Lietuvos didmiesčiuose

ARTŪRAS TEREŠKINAS, APOLONIJUS ŽILYS

Vytauto Didžiojo universitetas, Donelaičio 52, LT-44244 Kaunas

El. paštas: a.tereskinas@smf.vdu.lt; a.zilys@smf.vdu.lt

Straipsnyje¹ analizuojamas kultūrinis vartojimas ir jo ypatumai skirtinguose Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos gyvenamuosiuose rajonuose. Laikant kultūrinį vartojimą socialinių skirtumų ir socioerdvinių pasidalijimų žymeniu, mėginama išsiaiškinti santykį tarp kultūrinio vartojimo ir jį lemiančių veiksnių. Straipsnyje remiamasi Pierre'o Bourdieu kultūrinio kapitalo sąvoka (1984) ir paskutiniu metu plačiai vykstančia teorine diskusija apie homologiją, individualizaciją ir *visaėdiškumą / vienaėdiškumą* grįžtą kultūrinį vartojimą. Aptarta kultūrinio vartojimo dinamika liudija, kad lyties, išsilavinimo, šeiminės padėties ir etninės kilmės kintamieji stipriai veikia kultūrinį vartojimą. Tačiau kartu vis daugiau vartotojų šiuo metu tampa *kultūriniais visaėdžiais* (angl. *cultural omnivores*), kurie plačiai naudojami tiek aukštosios, tiek populiariosios kultūros gaminiais. Kita vertus, Lietuvos kultūrinio vartojimo žemėlapis Lietuvos miestuose gana diferencijuotas: mažiausiai tiek elitinės, tiek populiariosios kultūros yra linkę vartoti Lietuvos miestų darbininkų klasės gyvenamieji rajonai, tarpinę poziciją užima miestų centrų ir daugiabučių mikrorajonų gyventojai, o didžiausi *kultūriniai visaėdžiai* yra priemiesčių gyventojai.

Raktažodžiai: kultūrinis vartojimas, socioerdvinė diferenciacija, kultūrinis kapitalas, elitinė kultūra, popkultūra

ĮVADAS

Ekonominės reformos pokomunistinėse šalyse lėmė ir gana ryškų miestų bei miestų kaimynysčių kaitos ir restruktūrizacijos procesus, sustiprinusius socialinę segregaciją. Miesto gyventojų segregacija ir socialiai marginalizuotų bei socialinės rizikos kaimynysčių atsiradimas tapo būdingais posocialistinių regionų bruožais (Węclawowicz 1998; Sykora 2005).

Socialinę diferenciaciją skirtingų miestų kaimynystėse atspindi ir turimas socialinio bei kultūrinio kapitalo kiekis. Palyginti su kitomis kaimynystėmis, socialiai pažeidžiamos pasižymi mažu socialinio ir kultūrinio kapitalo kiekiu dėl socialinių tinklų ir kultūrinių paslaugų trūkumo (Atkinson, Kintrea 2001). Šiose kaimynystėse gyvenantys žmonės dažnai turi menką išsilavinimą ir užsiima mažiausiai apmokamais darbais. Nors išsilavinimas negarantuoja aukštų pajamų individualiu lygmeniu, pasak Ludeko Sykoros (Sykora 2009: 423), išsilavinę žmonės paprastai turi didesnę ekonominio, kultūrinio ir socialinio kapitalo kiekį ir dėl to daugiau pasirinkimų savo kasdiniame gyvenime.

Šiame straipsnyje siekiama išanalizuoti kultūrinį vartojimą Lietuvos didmiesčiuose ir jo

¹ Tyrimą rėmė Lietuvos mokslo taryba pagal Mokslininkų grupių projektų programą *Socialinė atskirtis Lietuvos didmiesčiuose: erdvinės segregacijos ir poliarizacijos formos* (reg. Nr. MIP-112/2011).

ypatumus skirtinguose Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos gyvenamuosiuose rajonuose. Remiantis 2012 m. atlikto tyrimo „Socialinė atskirtis Lietuvos didmiesčiuose: erdvinės segregacijos ir poliarizacijos formos“ gyventojų apklausos duomenimis, aptariamas santykis tarp kultūrinio vartojimo ir jį lemiančių veiksnių bei kultūrinio vartojimo ir skirtingų miestų kaimynsčių. Pirmoje straipsnio dalyje pateikiami teoriniai kultūrinio vartojimo ir kultūrinio kapitalo apmatai, antroje aptariami metodologiniai atlikto tyrimo aspektai, trečioje – analizuojami statistiniai duomenys apie kultūrinį vartojimą Vilniuje, Kaune ir Klaipėdoje. Paskutinė straipsnio dalis skirta duomenų apibendrinimams.

KULTŪRINIS VARTOJIMAS IR KULTŪRINIS KAPITALAS MIESTE

Kultūros vaidmuo socialinės diferenciacijos ir nelygybės procesuose plačiausiai tirtas prancūzų sociologo P. Bourdieu darbuose (1984, 1986). Juose išanalizuota skirtingų kapitalo – ekonominio, socialinio ir kultūrinio – formų sąveika ir pademonstruota, kad vieno kapitalo trūkumas gali turėti įtakos įgyjant kitų kapitalo formų. Kultūrinis kapitalas čia paprastai apibrėžiamas kaip kultūrinio skonio, kultūrinio dalyvavimo formų ir kultūrinio žinojimo visuma, kurią atskiros socialinės grupės išnaudoja įtvirtinti ir atgaminti savo statusą. Pagal P. Bourdieu, išsilavinę asmenys paprastai vartoja kultūrinės formos, kurias galima vadinti *teisėta kultūra* ir kurią vertina net tie, kurie neišgali tokių kultūrinių formų įsigyti ir vartoti (1984). Šia prasme popkultūra kaip *neteisėta kultūra* neturi vertės ir nėra kultūrinio kapitalo dalis.

Naudodamiesi P. Bourdieu teorinėmis įžvalgomis, erdvės ir kultūrinio kapitalo santykį marginalizuotose miestų rajonuose yra tyrinėję Loīcas Wacquantas (2008) bei Jorgas Blasius, Jürgenas Friedrichsas ir George'as Galsteris (2008). Kultūrinio kapitalo ir socialinės diferenciacijos santykis analizuotas ir skirtinguose Europos šalių miestuose (Prieur, Roselund, Skjøtt-Lanssen 2008). Studijoje „Kultūra, klasė, skirtumas“ britų tyrinėtojai (Bennett et al. 2009) parodė, kad siekiant preciziškiau suvokti kultūrinio kapitalo formavimąsi bei reproduktivumą būtina įvesti ir erdvinę dimensiją. Pasak jų, išsilavinę vidurinės klasės atstovai, aktyviai dalyvaujantys įvairiose kultūrinėse veiklose, smarkiai skyrėsi nuo daug pasyvesnių kultūriškai darbininkų klasės atstovų. Pastaroji grupė labiau tenkinosi socialiniu gyvenimu namie bei savo gyvenamajame rajone ir buvo nelinkusi vartoti pripažintų kultūros gaminių (pvz., lankytis muziejuose ar rimtosios muzikos koncertuose).

Lietuvoje didesnių panašaus pobūdžio tyrimų nėra vykdyta. Daugiausia tyrinėtos skirtingų miestų tapatybės bei miestiečių vertybinės nuostatos (Maniukaitė 1995, 1998; Krukauskienė 2002; Kasparavičienė ir kt. 1995). Analizuotas Lietuvos akademinio jaunimo kultūrinės tapatybės santykis su kultūriniu kapitalu (Krukauskienė 2007). Atlikta nedidelė etnografinė Vilniaus miesto jaunųjų profesionalų gyvenimo stiliaus studija (Černevičiūtė 2008). Socialinių grupių diferenciacijos ir atskirties tyrimai (Vosyliūtė 2004, 2005; Mikulionienė 2005) menkai prisidėjo prie kultūrinio vartojimo bei dalyvavimo procesų. Todėl šis straipsnis yra vienas pirmųjų, kuriame siejama kultūrinio vartojimo ir socioerdvinės diferenciacijos tematika, leidžianti suvokti kultūrinio vartojimo erdvinius skirtumus Lietuvos miestuose.

Teorizuojant socialinės diferenciacijos ir kultūrinio kapitalo santykį, šiuo metu išskirtinos trys pagrindinės kryptys. Pirmoji, įkvėpta P. Bourdieu, remiasi homologijos argumentu: tai reiškia, kad kultūrinės stratifikacijos struktūros remiasi ta pačia logika, kaip ir socialinės stratifikacijos struktūros (Chan, Goldthorpe 2007). Antroji teorizavimo kryptis kelia individualizacijos argumentą, pagal kurį šiuo metu socialinė padėtis menkai veikia kultūrinį vartojimą ir kultūrinį skonį. Teigiant, kad šiuolaikinėse turtingose ir komercializuotose visuomenėse kultūrinis vartojimas ir kultūrinis skonis neapreikia nuo socialinės padėties (daug labiau

juos veikia amžius, lytis, etniškumas ar seksualinė orientacija), atmetama bet kokios homologijos tarp socialinės ir kultūrinės stratifikacijos galimybė (Featherstone 1987; Bauman 1988; Chan, Goldthorpe 2007). Trečioji teorizavimo kryptis remiasi *visaėdiškumo* / *vienaėdiškumo* argumentu. Nors šios krypties atstovai patvirtina artimas kultūrinio vartojimo sąsajas su socialine padėtimi, skirtingai nei homologiją propaguojantys tyrėjai, jie mano, kad aukštesnės socialinės padėties kultūros vartotojus nuo žemesnės socialinės padėties vartotojų skiria ne elitinės / populiariosios kultūros ribos, bet kultūrinio *visaėdiškumo* ar *vienaėdiškumo* principas (Peterson, Kern 1996). Pasak jų, aukštesnės socialinės padėties asmenys vartoja daug daugiau ir įvairesnių kultūrinių produktų nei žemesnės socialinės padėties žmonės.

Analizuojant kultūrinį vartojimą ir jo ypatumus skirtinguose Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos gyvenamuosiuose rajonuose, straipsnyje siekiama patikrinti, kuri iš teorizavimo krypčių labiausiai atliepia kultūrinio vartojimo specifiką Lietuvos didmiesčiuose. Ar kultūrinio vartojimo įpročiai skirtinguose miestų gyvenamuosiuose rajonuose atveria ryškius socialinės diferenciacijos požymius? Gal Lietuvos miestų gyventojus, kaip kultūros vartotojus, labiau skiria ne elitinės ir populiariosios kultūros priešprieša, bet *visaėdiškumo* / *vienaėdiškumo* principas?

TYRIMO METODOLOGIJA

Straipsnyje analizuojami 2012 m. atlikto tyrimo „Socialinė atskirtis Lietuvos didmiesčiuose: erdvinės segregacijos ir poliarizacijos formos“ gyventojų apklausos duomenys. Apklausos instrumentas – anketa, o anketinė apklausa vykdyta tiesioginio interviu metodu. Imties tūris – 1 890 respondentų, jų amžius – 18 metų ir vyresni.

Sudarant tyrimo imtį buvo laikomasi vieno iš stratifikuotos imties sudarymo procedūros metodo, grįsto geografinė apibrėžtimi – rajonų atranka (angl. *area sampling*), vadinamojo geografinių klasterių atranka. Svarbiausias tyrimo atrankos elementas buvo geografinė apibrėžtis – respondentai turėjo gyventi Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestų savivaldybėse ar priemiesčiuose. Vilniuje, Kaune ir Klaipėdoje buvo išskirti 4 geografiniai klasteriai (iš viso 12 klasterių, reprezentuojančių 3 miestus): miesto centras, senasis darbo klasės rajonas, besiribojantis su miesto centru, sovietinių daugiabučių mikrorajonas bei priemiestinė dalis (žr. 1 lentelę).

Išsiskirtuose klasteriuose buvo nustatyta kvota apklausti bent po 150 respondentų. Sudarinėjant tyrimo imtį nebuvo atsižvelgiama į visas sociodemografinių indikatorių struktūros proporcijas miestų savivaldybėse, nes toks imties sudarymo metodas tikslingai siejosi su bendresniu tyrimo tikslu – palyginti pačius didmiesčius bei identifikuoti skirtumus tarp geografinių klasterių, atrinktų pagal miesto rajonų tipologizaciją miestų viduje. Vis dėlto buvo stengiamasi užtikrinti, kad imties sociodemografinė struktūra pagal lyties ir amžiaus rodiklius atitiktų 2011 m. Lietuvos statistikos departamento nacionalinius duomenis. Norint užtikrinti gautų duomenų patikimumą ir validumą buvo naudojami įvairūs kokybės instrumentai, pavyzdžiui, 15 % visų surinktų duomenų kokybė patikrinta telefonu ir pan.

Būtina reflektuoti ir tyrimo ribotumus. Vienas didžiausių kiekybinio tyrimo ribotumų, kad respondentų atsakomumas (N = 1890) apie savo vidutines mėnesio pajamas tebuvo 54,9 %, o apie dabartines šeimos vidutines mėnesio pajamas – tik 36,3 %. Net 42,5 % respondentų sąmoningai atsisakė atskleisti savo mėnesines pajamas, o 41,4 % respondentų nenurodė savo šeimos pajamų. Menkas atsakomumas į šiuos klausimus apribojo ne tik statistinės analizės galimybes, bet ir paties tyrimo konceptualiąją dalį. Siekiant pakeisti pajamų kintamuosius kuo adekvatesniu kintamuoju, analizėje remtasi respondentų subjektyviu identifikavimusi su socialiniu sluoksniu. Atsakomumo laipsnis buvo gana aukštas – daugiau nei 95 % visų respondentų.

1 lentelė. Imties struktūra pagal geografinių klasterių sandarą

Geografinis klasteris* (miesto rajono tipas)	Miesto rajonas		
Miesto centras	Vilnius Senamiesčio seniūnija Naujamiesčio seniūnija	Kaunas Centro seniūnija – Senamiestis ir Naujamiestis	Klaipėda Senamiesčio, Naujamiesčio, Rotušės, Lietuvininkų mikrorajonai
Senasis darbo klasės rajonas šalia miesto centro	Vilnius Naujininkų seniūnija	Kaunas Vilijampolės seniūnija – Vilijampolė ir Panerys	Klaipėda Žvejybos uosto, Vėtrungės, Baltijos mikrorajonai
Sovietinis daugiabučių mikrorajonas	Vilnius Žirmūnų seniūnija	Kaunas Dainavos seniūnija	Klaipėda Pempininkų, Neringos, Dėbrenceno, Eglės, Žardininkų mikrorajonai
Priemiestinė dalis	Vilnius Riešės seniūnija – Didžioji Riešė Avižienių seniūnija – Avižieniai ir Bendoriai Pašilaičių seniūnija – Tarandė Zujūnų seniūnija – Zujūnai ir Antezeriai	Kaunas Eigulių seniūnija – Kleboniškis Šilainių seniūnija – Vytėnai Domeikavos seniūnija – Domeikava ir Saliai Eigulių seniūnija ir Karmėlavos seniūnija – Naujasodis	Klaipėda Kalotė, Medelynas, Miško Dvaras, Labrenčiškės

* Apklausoje vadovautasi atrankos taisykle: siekiant užtikrinti didesnę geografinę sklaidą klasterio viduje, iš vieno namo buvo apklausti ne daugiau nei 5 respondentai.

ELITINĖS IR POPULIARIOSIOS KULTŪRŲ VARTOJIMAS SKIRTINGUOSE VILNIAUS, KAUNO IR KLAIPĖDOS MIESTŲ RAJONUOSE

Prieš atliekant pagrindinę analizę faktorinės analizės metodu su Varimax pasukimu buvo sukonstruoti du papildomi priklausomi kintamieji (2 lentelė), naudojami binarinėse logistinėse regresijose. Gautos faktorinės analizės regresijos balų dėka buvo sukonstruoti kintamieji, žymintys du skirtingo pobūdžio – elitinės ir populiariosios kultūros vartojimo – faktorius. Gautos faktorinės analizės iš 11 klausimų bloko (jį apibūdina įvairių 11 kultūros vartojimo būdų mieste dažnumai per metus) sąlygos yra tenkinamos: $KMO > 0,5$ ir Bartleto sferiškumo testas $p < \alpha$. Gauti regresijos balai buvo perkoduoti į 2 priklausomus binarinius kintamuosius: elitinės kultūros bei popkultūros vartojimą pagal kategorijas: *labiau linkę nevertoti* ir *labiau linkę vertoti*. Du kintamieji – dalyvavimo dažnumai *miesto šventėse* ir dalyvavimo *koncerte ar muzikos festivalyje* – faktorinės analizės buvo priskirti tiek prie elitinės kultūros, tiek prie popkultūros vartojimo faktorių.

3 lentelėje parodoma, kiek elitinės kultūros vartojimo dažnumus veikė didmiesčių gyventojų sociodemografinės charakteristikos: amžiaus ir pajamų kintamieji neturėjo statistiškai reikšmingos įtakos dažnumams. Bet gauta binarinė regresija rodo, jog miestuose moterys yra linkusios vertoti elitinę kultūrą 1,9 karto dažniau nei vyrai, o netekėjusios ir nevedę asmenys linkę 1,7 karto dažniau eiti į elitinės kultūros renginius nei vedę ar ištekėjusios. Miesto gyventojų išsilavinimas lemia jų dažnesnį lankymąsi šiuose renginiuose; išsilavinimui pakilus

2 lentelė. Elitinės ir populiariosios kultūrų vartojimo mieste faktorių charakteristikos (N = 1042)

<i>Ar per pastaruosius metus (12 mėn.) Jums teko lankytis mieste... **</i>	
Elitinės kultūros vartojimo faktorius	PCA
Operoje ar muzikiniame teatre	0,763
Teatre	0,755
Koncerte ar muziko festivalyje	0,539
Miesto rengiamoje šventėje	0,404
Bibliotekoje	0,495
Parodoje ar paveikslų galerijoje	0,802
Muziejuje	0,746
Elitinės kultūros vartojimo faktoriaus tikrinė reikšmė	4,486
% dispersijos, kurią paaiškina elitinės kultūros vartojimo faktorius	40,779 %
Popkultūros vartojimo faktorius	PCA
(Profesionalaus) sporto varžybose	,620
Kine	,737
Koncerte ar muziko festivalyje	,531
Miesto rengiamoje šventėje	,564
Bare	,787
Naktiniame klube	,755
Popkultūros vartojimo faktoriaus tikrinė reikšmė	1,535
% dispersijos, kurią paaiškina popkultūros vartojimo faktorius	13,958 %
FA Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)	0,856
FA Barttleto sferiškumo testas	P = 0,000

** Nors faktorinės analizės PCA metodas nėra pats tinkamiausias metodas, taikomas ranginiams kintamiesiems (diskretiesiems dydžiams), nes pažeidžiama normalaus skirstinio sąlyga ir sumažėja koreliacijos, tačiau, kaip teigia S. Kolenikovas, G. Angeles (2004), esant pakankamai didelei imčiai šios sąlygos gali būti ignoruojamos.

3 lentelė. Elitinės kultūros vartojimo mieste binarinės regresijos modelis pagal respondentų sociodemografinės charakteristikas

Kintamasis	Kategorijos	Galimybių santykis
Lytis	Vyras	1,00
	Moteris	1,871***
Šeiminė padėtis	Vedęs / ištekęjusi	1,00
	Nevedęs / netekėjusi	1,667*
Išsilavinimas		1,381***
Tautybė	Lietuvis (-ė)	1,00
	Rusas (-ė)	0,450**
Identifikavimas su socialine klase (koduotė atvirkštinė – didesnė kategorija reiškia tapatinimąsi su žemesniu socialiniu sluoksniu)		0,627***
Konstanta		0,336*
N		1042
Nagelkerke R ²		0,164
Hosmerio-Lemeshowo testas		P = 0,827
Regresijos modelio χ^2		133,815***
Modelis klasifikuoja teisingai		67,1 %

*** p = 0,000; ** p < 0,01; * p < 0,05

viena pakopa, padidėja tikimybė, jog didmiesčio gyventojas 1,4 karto dažniau lankysis juose. Pastebėti skirtumai ir tarp didmiesčiuose gyvenančių skirtingos tautybės asmenų: galima garantuoti (tikimybė 55 %), jog rusų tautybės asmenys rečiau lankysis elitinės kultūros renginiuose nei lietuviai. Tie didmiesčių gyventojai, kurie tapatinasi su žemesne socialine klase, bus mažiau linkę lankytis elitinės kultūros miesto renginiuose (tikimybė 37 %).

Apibendrinant galima teigti, jog tam tikrus elitinės kultūros vartojimo modelius pozityviai veikia lyties (moterys), išsilavinimo (labiau išsilavinę) ir šeiminės padėties (nevedę / netekėjusios) kintamieji; tautybės kintamasis ar identifikavimasis su žemesne klase neigiamai veikia elitinės kultūros vartojimą Lietuvos miestuose.

Logistinės regresijos modelis buvo kontroliuojamas nuo amžiaus kintamojo ir vidutinių respondento pajamų per mėnesį. Pateiktos tik statistiškai reikšmingos kintamųjų kategorijos ir bazinės kategorijos, su kuriomis lyginama.

Popkultūros vartojimo miestuose binarinės regresijos modelis (4 lentelė) rodo visai kitokią dinamiką ir kitus kintamuosius, veikiančius miestiečių popkultūros vartojimo dažnumus. Vyrai linkę 40 % dažniau vartoti popkultūrą nei moterys. Respondento amžiui mažėjant vėlesniais metais, 7 % padidėja tikimybė, kad asmuo dažniau vartos popkultūrą. Nors binarinė regresija identifikavo, jog pajamoms didėjant didėja tikimybė, kad asmuo dažniau lankysis popkultūros renginiuose mieste, šis kitimas nėra labai ryškus ar kontrastingas – mėnesinėms pajamoms išaugus 1 Lt, tik 0,013 % padidėja tikimybė, kad asmuo dažniau lankysis šiuose renginiuose (respondento pajamoms pakilus 100 Lt, 1,3 % išauga tikimybė, kad jis dažniau dalyvaus šios kultūros renginiuose, tačiau mėnesinėms pajamoms padidėjus 1 000 Lt, ši tikimybė pakyla iki 13 %). Identifikavimasis su žemesne klase beveik 26 % sumažina šansus dažniau lankytis popkultūros renginiuose.

4 lentelė. Popkultūros vartojimo mieste binarinės regresijos modelis pagal respondentų sociodemografines charakteristikas

Kintamasis	Kategorijos	Galimybių santykis
Lytis	Vyras	1,00
	Moteris	0,598**
Amžius		0,930***
Pajamos per mėnesį		1,00013*
Identifikavimas su socialine klase (koduotė atvirkštinė – didesnė kategorija reiškia tapatinimąsi su žemesniu socialiniu sluoksniu)		0,745*
Konstanta		20,201***
N		1042
Nagelkerke R ²		0,391
Hosmerio-Lemeshowo testas		P = 0,719
Regresijos modelio χ^2		355,933***
Modelis klasifikuoja teisingai		75,3 %

*** p = 0,000; ** p < 0,01; * p < 0,05

Logistinės regresijos modelis buvo kontroliuojamas iš šeiminės padėties, išsilavinimo ir etninės priklausomybės kintamųjų. Pateiktos tik statistiškai reikšmingos kintamųjų kategorijos ir bazinės kategorijos, su kuriomis lyginama.

Vienas iš svarbių šios analizės klausimų – ar kultūros vartojimo formų dažnumai skiriasi tarp miesto rajono tipų tiek tame pačiame Lietuvos didmiestyje, tiek tarp skirtingų miestų.

Atsakant į šį klausimą, naudotasi Kruskal-Wallis'o neparimetrinių kriterijų testu: analizuojami elitinės ir populiariosios kultūrų vartojimo regresijų metu gautų tikimybių skirtumai tarp miesto rajono tipų.

5 lentelėje pateikiama, kaip kinta tikimybė dažniau vaikščioti į elitinės kultūros renginius tarp skirtingų miesto rajonų. Didžiausia tikimybė, jog Vilniuje ir Klaipėdoje šios kultūros renginiuose dažniau lankysis priemiesčiuose gyvenantys asmenys, o Kaune – miesto centro gyventojai. Vilniuje ir Kaune, kaip ir Klaipėdoje, tikimybė, kad asmuo vartos elitinės kultūros renginius, yra mažiausia tarp gyvenančių darbo klasės tipo rajone. Tik Klaipėdos darbo klasės tipo rajono vidurkių rangų skirtumas, palyginti su likusiomis miesto zonomis, išskyrus mies- to priemiesčius, yra pakankamai mažas, nors ir statistiškai reikšmingas.

Kalbant apie bendras tendencijas, skirtumai tarp elitinės kultūros vartojimo Vilniuje atitinka bendrą Lietuvos didmiesčių tendenciją: labiausiai „įkultūrinti“ yra priemiesčių gyventojai, miestų centrų ir daugiabučių mikrorajonų gyventojai užima tarpinę poziciją, o šios kultūros mažiausiai vartoja darbo klasės tipo rajono gyventojai. Kaune išlieka ta pati tendencija, tik čia miesto centro gyventojai labiausiai lanko elitinės kultūros renginius, priemiesčių ir daugiabučių mikrorajono gyventojai tarsi patenka į tarpinę poziciją (labiau tikėtina, kad jie dažniau vartos elitinę kultūrą nei priemiesčių gyventojai), o mažiausiai tikėtina, kad šios kultūros vartojimas bus būdingas darbo klasės tipo rajono gyventojams. Labiausiai tikėtina, kad Klaipėdos priemiesčių gyventojai dažniau lankysis elitinės kultūros renginiuose. Klaipėdos priemiesčių gyventojų skirtumas pagal šios kultūros vartojimą, palyginti su tarpinę padėtį užimančių daugiabučių mikrorajono ir miesto centro gyventojų, yra gana didelis, o skirtumas tarp daugiabučių, miesto centro bei darbo klasės tipo rajono gyventojų santykinai labai mažas. Galima teigti, jog Klaipėdos mieste didžiausias skirtumas pagal elitinės kultūros vartojimą egzistuoja tarp priemiesčių ir likusio miesto, o šis skirtumas tarp skirtingų Vilniaus ir Kauno miesto zonų yra daug įvairesnis; jis reiškia didesnę sociokultūrinę diferenciaciją šiuose miestuose.

5 lentelė. Elitinės kultūros vartojimo dažnumų tikimybių skirtumai tarp miesto rajono tipų. Didesnis vidurkių rangas žymi didesnę tikimybę

Miesto rajono tipas	Vidurkių rangai			
	Bendrai tarp visų didmiesčių ¹	Vilniaus miesto rajonų ²	Kauno miesto rajonų ³	Klaipėdos miesto rajonų ⁴
Miesto centras	532,95***	199,08***	191,16***	143,56***
Darbo klasės tipo rajonas	401,35***	126,02***	134,06***	141,69***
Daugiabučių mikrorajonas	504,22***	190,70***	173,66***	143,88***
Priemiestis	569,76***	213,23***	153,74***	203,44***
N	996	362	329	305

1 : $\chi^2 = 43,785$; $df = 3$; *** $p = 0,000$;

2 : $\chi^2 = 34,691$; $df = 3$; *** $p = 0,000$;

3 : $\chi^2 = 17,860$; $df = 3$; *** $p = 0,000$;

4 : $\chi^2 = 19,593$; $df = 3$; *** $p = 0,000$.

Analizuojant tikėtinus popkultūros vartojimo scenarijus (6 lentelė) ir skirtumus tarp miesto zonų, Vilniuje jie panašūs į elitinės kultūros vartojimo atvejį ir atitinka bendrą trijų Lietuvos didmiesčių tendenciją: tikėtina, jog daugiausiai popkultūrą vartos priemiesčių gyventojai, o

mažiausiai – darbo klasės tipo rajono gyventojai. Skirtumas tarp miesto centro ir daugiabučių mikrorajono yra gana mažas. Popkultūros renginių vartojimas Kaune yra homogeniškesnis nei Vilniuje: tikėtina, jog miesto centro ir daugiabučių rajonų gyventojai labiau lankys šiuos renginius, o gyvenantys priemiesčiuose ir darbo klasės tipo rajonuose juos lankys daug rečiau. Klaipėdos mieste skirtumai tarp miesto rajonų pagal tikėtinus popkultūros vartojimo dažnumus nėra statistiškai reikšmingi.

6 lentelė. Popkultūros vartojimo dažnumų tikimybių skirtumai tarp miesto rajono tipų. Didesnis vidurkių rangas žymi didesnę tikimybę

Miesto rajono tipas	Vidurkių rangai			
	Bendrai tarp visų didmiesčių ¹	Vilniaus miesto rajonų ²	Kauno miesto rajonų ³	Klaipėdos miesto rajonų ⁴
Miesto centras	518,93**	188,23***	180,75*	146,45
Darbo klasės tipo rajonas	448,26**	146,49***	145,46*	162,15
Daugiabučių mikrorajonas	493,61**	175,04***	180,79*	142,11
Priemiestis	543,88**	226,46***	146,05*	170,42
N	996	362	329	305

1 : $\chi^2 = 13,667$; $df = 3$; ** $p < 0,01$;

2 : $\chi^2 = 34,691$; $df = 3$; *** $p = 0,000$;

3 : $\chi^2 = 11,058$; $df = 3$; * $p < 0,05$;

4 : $\chi^2 = 4,720$; $df = 3$; $p > 0,05$.

APIBENDRINIMAS

Atliktas tyrimas rodo, kad Lietuvos gyventojų kultūrinį vartojimą labiau veikia tiek individualizacijos, tiek *vienaėdiškumo / visaėdiškumo* principai, bet menkai atspindi homologijos tarp socialinės padėties ir kultūrinio vartojimo principas.

Skirtinguose Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestų rajonuose iškyla savitas kultūrinio vartojimo „žemėlapis“. Didžiausia tikimybė, kad Vilniuje ir Klaipėdoje elitinės kultūros renginiuose dažniau lankysis miestų priemiesčiuose gyvenantys asmenys, o Kaune – miesto centro gyventojai. Tikimybė, kad asmuo vartos įvairias miesto elitinės kultūros formas, yra mažiausia tarp miestiečių, gyvenančių Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos darbo klasės tipo rajonuose. Tad labiausiai „įkultūrinti“ yra priemiesčių gyventojai, tarpinę poziciją užima miestų centrų ir daugiabučių mikrorajonų gyventojai, o elitinės kultūros vartojimas mažiausiai būdingas darbo klasės tipo rajono gyventojams. Vadinasi, atskiri miestų gyvenamieji rajonai aiškiai išsidiferencijuoja pagal elitinės kultūros vartojimą.

Dar ryškesni skirtumai iškyla analizuojant popkultūros vartojimą. Tikėtina, jog daugiausiai popkultūrą vartos priemiesčių gyventojai, o mažiausiai – darbo klasės tipo rajono gyventojai. Skirtumas tarp miesto centro ir daugiabučių mikrorajono gyventojų yra gana mažas. Populiariajai kultūrai priskirtinų miesto renginių vartojimas Kaune yra homogeniškesnis nei Vilniuje: tikėtina, jog Kauno miesto centro ir daugiabučių rajonų gyventojai dažniau lankysis šiuose renginiuose, o priemiesčių ir darbo klasės tipo rajono gyventojai – daug rečiau. Klaipėdos mieste skirtumai tarp miesto rajonų gyventojų pagal tikėtinus popkultūros vartojimo dažnumus nėra statistiškai reikšmingi.

Aptarta kultūrinio vartojimo dinamika taip pat liudija, kad lyties, išsilavinimo, šeiminės padėties ir etninės kilmės kintamieji stipriai veikia kultūrinį vartojimą. Akivaizdu, kad vis

daugiau žmonių šiuo metu tampa *kultūriniais visaėdžiais*, plačiai vartojančiais tiek aukštosios, tiek populiariosios kultūros gaminius. Kita vertus, erdvinė dimensija vis dar turi įtakos tiek elitinės, tiek populiariosios kultūros vartojimui. Lietuvos kultūrinio vartojimo žemėlapis Lietuvos miestuose gana diferencijuotas: mažiausiai tiek elitinės, tiek populiariosios kultūros yra linkę vartoti Lietuvos miestų darbininkų klasės gyvenamieji rajonai, tarpinę poziciją užima miestų centrų ir daugiabučių mikrorajonų gyventojai, o didžiausi *kultūriniai visaėdžiai* yra priemiesčių gyventojai.

Gauta 2014 04 10
Priimta 2014 10 27

Literatūra

1. Atkinson, R.; Kintrea, K. 2001. "Disentangling Area Effects: Evidence from Deprived and Non-Deprived Neighbourhoods", *Urban Studies* 38(12): 2277–2298.
2. Bauman, Z. 1988. *Freedom*. Milton Keynes: Open University Press.
3. Bennett, T. et al. 2009. *Culture, Class, Distinction*. New York: Routledge.
4. Blasius, J.; Friedrichs, J.; Galster, G., eds. 2008. *Quantifying Neighbourhood Effects: Frontiers and Perspectives*. London: Routledge.
5. Bourdieu, P. 1984. *Distinction. A Social Critique on the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
6. Bourdieu, P. 1986. "The Forms of Capital", in *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, ed. J. G. Richardson. New York: Greenwood, 241–258.
7. Černevičiūtė, J. 2008. „Gyvenimo stiliaus stratifikacija, naratyvai ir sukonstruoti tapatumai“, *Filosofija. Sociologija* 19(1): 26–34.
8. Chan, T. W.; Goldthorpe, J. H. 2007. "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England", *European Sociological Review* 23(1): 1–19.
9. Featherstone, M. 1987. "Lifestyle and Consumer Culture", *Theory, Culture and Society* 4: 55–70.
10. Kasparavičienė, V.; Krukauskienė, E. ir kt. 1995. *Vilniečio portretas: sociologiniai metmenys*. Vilnius: FSTI.
11. Kolenikov, S.; Angeles, G. 2004. *The Use of Discrete Data in PCA: Theory, Simulations, and Applications to Socioeconomic Indices*. Working Paper WP-04-85, MEASURE/Evaluation Project. Chapel Hill: Carolina Population Center, University of North Carolina, 1–59.
12. Krukauskienė, E. 2002. „Miestiečio kultūrinis tapatumas“, *Filosofija. Sociologija* 1: 40–46.
13. Krukauskienė, E. 2007. „Akademino jaunimo Lietuvos kultūrinio identiteto įžvalgos: suvokimas, atpažinimas, raiška“, *Filosofija. Sociologija* 18(4): 37–46.
14. Maniukaitė, G. 1995. *Vilniečio portretas. Sociologiniai metmenys*. Vilnius: Filosofijos, sociologijos ir teisės institutas.
15. Maniukaitė, G. 1998. *Kauniečio portretas*. Vilnius: LFSI.
16. Peterson, R. A.; Kern, R. M. 1996. "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore", *American Sociological Review* 61: 900–907.
17. Prieur, A.; Rosenlund, L.; Skjott-Larsen, J. 2008. "Cultural Capital Today: A Case Study from Denmark", *Poetics* 36: 45–71.
18. Sykora, L. 2005. "Gentrification in Post-Communist Cities", in *Gentrification in a Global Context: The New Urban Colonialism*, eds. R. Atkinson, G. Bridge. London: Routledge, 91–106.
19. Sykora, L. 2009. "New Socio-Spatial Formations: Places of Residential Segregation and Separation in Czechia", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 100(4): 417–435.
20. Wacquant, L. 2008. *Urban Outcasts*. Cambridge: Polity Press.
21. Węclawowicz, G. 1998. "Social Polarisation in Postsocialist Cities: Budapest, Prague and Warsaw", in *Social Change and Urban Restructuring in Central Europe*, ed. G. Enyedi. Budapest: Akadémiai Kiadó, 55–66.

ARTŪRAS TEREŠKINAS, APOLONIJUS ŽILYS

Cultural consumption and socio-spatial differentiation in Lithuanian cities

Summary

The article focuses on cultural consumption and socio-spatial differentiation in different neighbourhoods of Vilnius, Kaunas, and Klaipėda. The data of the research project "Social Exclusion in Lithuanian Cities: Forms of Spatial Segregation and Polarization" (2012) demonstrate that the factors of sex, education, marital status and ethnic origin immensely influence cultural consumption. Although an increasing number of Lithuanians have become cultural omnivores that consume both high-brow and low-brow culture, socio-spatial differentiation is evident in the Lithuanian cities. The inhabitants of working-class style neighbourhoods tend to consume the smallest amount of both high-brow and low-brow culture, city centers and Soviet style neighborhoods occupy the intermediate position with regard to cultural consumption, and the inhabitants of suburban areas are the biggest cultural omnivores.

Key words: cultural consumption, socio-spatial differentiation, cultural capital, high-brow culture, low-brow culture