

Breda Luthar

POPULARNA KULTURA IN RAZREDNE DISTINKCIJE V SLOVENIJI: SIMBOLNE MEJE V EGALITARNI DRUŽBI

IZVLEČEK: Študija temelji na podatkih o kulturnih preferencah, kompetencah in praksah reprezentativnega vzorca prebivalcev Ljubljane in Maribora. Na tej osnovi avtorica analizira vlogo kulturnih distinkcij v razredni strukturi obeh mest. Zastavlja si vprašanje, kako deluje neekonomsko premoženje, to je kulturni kapital, v konstituiranju in reprodukciji družbene neenakosti in kako ekonomsko in neekonomsko premoženje delujeta skupaj in podpirata drug drugega ali pa si v določenih konstelacijah nasprotujeta in delujeta drug proti drugemu v oblikovanju družbenih skupin. Empirična analiza je pokazala na obstoj petih ločenih razredno-kulturnih formacij oz. razredno specifičnih pomenskih sistemov. Hkrati pa obstaja sistematična homologija med idealtipskimi kulturnimi razredi ter poklicnimi razredi. Študija ugotavlja, da posebej pri nižjem in nižjem srednjem razredu spolna, generacijska in etnična diferenciacija podpira učinek razrednih razlik.

KLJUČNE BESEDE: popularna kultura, kulturni kapital, razred, etničnost, spol, EseC, Slovenija

Popular culture and class distinctions in Slovenia: Symbolic boundaries in an egalitarian society

ABSTRACT: The study draws on survey data on the cultural preferences, competencies and practices of a representative sample of the population of the two largest Slovenian cities, Ljubljana and Maribor. The cultural dimensions of class and the role of cultural distinctions in the class structure of both cities are examined. The study focuses on the ways in which non-economic capital, i.e. cultural capital, works in the constitution and reproduction of social inequality. The empirical results point to the existence of five separate class-cultural formations or class-specific meaning systems that significantly differ from each another and to a systematic homology between ideal-type cultural classes and four occupational classes (EseC). Tastes are particularly strongly linked to social positions at the bottom and the top of the aesthetic hierarchy. The strongest effect of gender and ethnicity on taste cultures was established at the bottom of the occupational class hierarchy.

KEY WORDS: popular culture, cultural capital, class, ethnicity, gender, EseC, Slovenia

1 Uvod: razred in družbena funkcija kulturnega okusa¹

Na križišču med sociologijo kulture, medijskimi študijami, kulturnimi študijami in študijami stratifikacije že nekaj let poteka intenzivna razprava o kulturnem vidiku razrednih razlik. V zadnjih letih se je debata utrdila v interdisciplinarno podpodročje in institucionalizirala v akademskih revijah kot so »Poetics« in »Cultural Sociology«, občasno pa seže tudi v splošnejše sociološke ali kulturološke revije. Rdeča nit razprav je vprašanje distribucije kulturnih kompetenc in praks v družbi, povezanost te distribucije s kulturnimi hierarhijami, torej z družbeno močjo, ter spreminjanje odnosa med družbeno in kulturno hierarhijo v sodobnih družbah. Posebej se razprave osredotočajo na preoblikovanje konfiguracij neenakosti in na vprašanje razdruževanja zveze med visoko kulturo in elitnim položajem ter na vprašanja metodologije in epistemologije raziskovanja kulturnega vidika razrednih distinkcij. Eden od razlogov za intenzivno raziskovanje odnosa med družbenimi in kulturnimi razlikami lahko pripišemo t. i. »kulturnemu obratu« v družbenih vedah, ki izhaja iz predpostavke, da imajo pomenski sistemi in kultura konstitutivno vlogo v družbi. Večje upoštevanje simbolnih vidikov družbenega življenja na račun institucionalnih je v okviru proučevanja družbenih razlik pozornost premaknilo k vprašanju kulturnih hierarhij in kritičnemu distanciranju do klasičnega stratifikacijskega pristopa.²

V naši empirični študiji³ smo opravili sistematični statistični pregled kulturnih praks, okusov in znanja na reprezentativnem vzorcu prebivalcev dveh največjih slovenskih mest, Ljubljani in Mariboru. Na osnovi teh podatkov bomo analizirali vlogo kulturnih distinkcij v razredni strukturi. Izhajali bomo iz dveh raziskovalnih vprašanj. Prvič, ali lahko na vzorcu naših anketirancev najdemo sistematične (torej ne naključne) vzorce kulturnih praks in estetskih preferenc? Drugič, kako so skupine kulturnih okusov povezane z družbenimi položaji ali, z drugimi besedami, kako ljudje mobilizirajo kulturne vire v procesu družbene distinkcije? Skozi ti dve vprašanji bomo poskušali ugotoviti, v kolikšni meri kulturni kapital organizira družbene delitve med družbenoekonomskimi skupinami v slovenskem urbanem okolju. Predvidevamo, da bomo lahko ugotovili obstoj razmeroma ločenih in variabilnih razredno-kulturnih formacij ali razredno specifičnih »pomenskih sistemov« (Parkin 1971), ki jih lahko razkrijemo z večdimenzionalno analizo.

-
1. Zahvaljujem se Maji Mrzel in Andreji Trdina za metodološko pomoč, obema anonimima recenzentoma pa za skrbno branje ter izjemno koristne recenzentske pripombe in nasvete.
 2. Alexander in Thompson (2008: 265) ugotavljata, da je t. i. kulturni obrat v družbenih vedah potisnil v ospredje raziskovanje na štirih področjih: sestvo in identiteta, kulturne prakse, reprezentacijske prakse, vloga množičnih medijev, hkrati pa naj bi vsako področje družbenih ved, od ekonomije do študij spola, vključevalo kulturo, da bi res razumelo polje lastnega proučevanja. O sociologiji kulture in kulturnem obratu glej tudi E. Long, ur. (1997).
 3. Empirična študija *Kultura in razred* je bila izvedena s standardiziranim vprašalnikom in osebnim anketiranjem na populaciji oseb, starejših od 18 let, ki imajo stalno prebivališče v mestni občini Ljubljana ali Maribor (enostavni slučajni vzorec SRS). Predstavlja empirični del temeljnega projekta »Medijska potrošnja in kulturna stratifikacija«, ki ga je financirala ARRS. Glej Luthar in dr. (2011).

V prvem koraku bomo ugotavljali idealnotipske kulturne razrede glede na preference (okuse) ter znanje na izbranih področjih visoke in popularne kulture. Na ta način bomo dobili določeno število »kulturnih tipov«. V drugem koraku bomo ugotavljali razmerje med kulturnimi tipi in poklicnimi razredi ter prek izbranega nabora demografskih, stališčnih, vrednotnih, življenjskostilnih in drugih spremenljivk ugotavljali »družbeni značaj« teh skupin ali kulturnih idealtipov. Metodološko to pomeni, da bomo oblikovali prostor estetskih izbir/kulturnih okusov in kompetenc samo na osnovi medsebojnega odnosa spremenljivk, ki merijo kulturne okuse. Družbenoekonomske značilnosti in kulturne prakse (torej dejansko praktično udejanjanje lastnega okusa in znanja) pa bomo kot dodatne spremenljivke dodali prostoru kulturnih preferenc. Kulturna potrošnja ne bo obravnavana kot učinek strukture, temveč kot izhodišče razlikovanja.

V kontekstu proučevanja razrednih razlik v Sloveniji študij kulturnih distinkcij izpolnjuje dvojno vlogo. Po eni strani je bila kultura nasploh v slovenski sociologiji marginalizirana, ne glede na to, ali jo razumemo kot »celoten način življenja« ali pa kot specifične simbolne oblike, torej kot »umetnosti in vednosti« (Williams 2005/1958). Ostajala je le odvisna spremenljivka, tudi zaradi praktično neobstoječe sociologije kulture, ki bi se s kulturno potrošnjo in kulturnimi distinkcijami ter sploh teorijo okusa sistematično teoretsko in empirično ukvarjala, saj je bila »sociologija kulture« vse do institucionalizacije kulturnih študij in medijskih študij v Sloveniji razumljena bolj ali manj kot sociologija umetnosti, utemeljena pa je bila na hierarhični dvojnosti med visoko in množično kulturo ter ni bila empirično naravnana. Če pa se je lotila empirične analize, je bila to analiza kulturnih artefaktov, ki je bila v celoti »tekstualna« in se s sociologijo občinstva ali proučevanjem interpretacije oz. recepcije in razrednimi razlikami v kulturni potrošnji, kaj šele s popularno kulturo ali vprašanjem razmerja med vsakdanjim življenjem in kulturo, sploh ni ukvarjala.⁴ »Kulturni obrat« je slovensko sociologijo oplazil zelo pozno.

Po drugi strani je k zapostavljenosti kulture in simbolnega vidika razlikovanja prispeval ekonomski determinizem v konceptualizaciji razreda, saj se je vsako razmišljanje o razredni strukturi v sociologiji ali ekonomiji odvijalo v okviru klasičnih stratifikacijskih študij, kjer so kulturne spremenljivke funkcija bolj temeljnih, praviloma ekonomskih razlik. Kultura ni bila obravnavana kot »premoženje« ali simbolni material, ki ga je mogoče uporabiti v razrednem razlikovanju v procesu diskurzivnega umeščanja samega sebe v režim okusov kulturne skupnosti, ki ji pripadamo, temveč kot objektivni izraz razlik, ki so nastajale drugje. Zaradi težav z operacionalizacijo marksističnega koncepta razredov so praviloma, kot ugotavlja Hafner Fink (1994: 19), na osnovi podatkov o stratifikacijski strukturi družbe sklepali o razrednosti socialne strukture. Maloštevilstvo teh študij je bila tudi rezultat ideoloških razlogov, saj je na poti do brezrazredne družbe kategorijo delavskega razreda zamenjala kategorija delovnega

4. Gregor Tomc je gotovo izjema, saj je svoje raziskovanje glasbe utemeljeval ravno na problematizaciji režima vrednotenja, na katerem temelji delitev na visoko in popularno kulturo ter s to kategorizacijo povezana družbena avtoriteta.

ljudstva (Hafner Fink, prav tam).⁵ Tudi pri razmeroma številnih slovenskih raziskavah kvalitete življenja (npr. Klinar 1981, Rus 1985, Černigoj Sadar, 1991, Brešar Iskra 1995 ali Vrabič Kek 2012) gre praviloma za opisno beleženje »zadovoljevanja materialnih potreb« in za »razlike v izrabljanju prostega časa« (Klinar 1981: 43). Ne ukvarjajo se torej s simbolno razlikovalno vlogo praks in preferenc. Vprašanje, kako se primarni indikatorji družbene moči premestijo v delno avtonomni sistem estetskih in kulturnih vrednosti oz. kako »estetske sodbe razlike razreda transponirajo v razlike okusa in obratno ter s tem utrjujejo ločnice med razredi«, kot pravijo Bennett in sodelavci (2005: 10), pa je sploh onstran radarja teh študij.

2 Kultura kot premoženje: taksonomične meje med razredi v Sloveniji

Prepričanje o relevantnosti kulturnih distinkcij v družbenem razlikovanju ni samo rezultat epistemološkega obrata h kulturi ali poskus poprave preteklih krivic, temveč tudi odgovor na družbene spremembe v zadnjih desetletjih. Te so pripeljale do tez o t. i. »kompleksni nerazredni neenakosti« (Pakulski 2005: 179), ki v visokomoderni družbi nadomešča razredno neenakost industrijske dobe, ali do tez o naraščanju kulturne diferenciacije ob hkrati vedno manjši družbeni diferenciaciji in potrebi po bolj horizontalnem dojemanju različnih svetov življenja (glej npr. Schulze 2005: XXI).⁶ Po mnenju Pakulskega (2001, 2005) se oblikujejo nove statusne skupnosti, katerih položaj zahteva stalno pogajalsko vzdrževanje (2001: 178). Dostop do informacij, znakov in simbolov postane pomemben vidik življenjskih priložnosti. Pakulski kot primer hibridnih konfiguracij neenakosti in »kompleksne brezrazredne neenakosti« navaja primer spolno označenih poklicnih slojev in tržnih segmentov ter marginaliziranih etničnih enklav (npr. nekvalificirane delavke, neetnične Slovenke v enostarševskih družinah ali mladi samski izobraženci brez stalne zaposlitve in stanovanja). Vsaka razprava o razredno razdeljeni družbi mora danes ob neenaki distribuciji ekonomskega kapitala vključevati tudi neenako distribucijo kulturnega kapitala ali »simbolnega bogastva.« Še posebej v času ekonomske krize ter problematičnih reprezentacij krize in družbenih razlik v naših medijih je zavajajoče, da vprašanje neenakosti zreduciramo na ekonomsko neenakost. Problematično je tudi če – kot velik del novinarskih obravnav pri nas – vprašanje razreda reartikuliramo kot vprašanje ekstremnega bogastva in izjemne revščine ali zatona srednjega razreda, ki ga razumemo zgolj nominalno, torej kot skupino na sredini dohodkovne lestvice. Kulturne distinkcije so pri tem potlačene na račun vseprisotne

5. Zadnji veliki jugoslovanski in tudi slovenski projekt o razredu je nosil neuradni naslov *Klasno biče*, uradni naslov raziskovalnega projekta pa je *Razredna bit sodobne jugoslovanske družbe in delovanje Zveze komunistov Jugoslavije*. V vprašalniku Socialna struktura sodobne slovenske družbe v okviru tega projekta je bila kultura »pokrita« z vprašanji o preživljanju prostega časa, opremljenosti gospodinjstva z aparati, knjigami ter elektroniko in vprašanjem o pogostosti kulturne potrošnje (obisk gledališča, obisk glasbenih prireditev, branje knjig in časopisov ter gledanje televizije in poslušanje radija).

6. Več o tem glej v Luthar in Kurdija (2011).

ideološke konstrukcije »običajnega Slovenca« in slovenske »Volksgemeinschaft«, torej predpostavke enotnega moralnega reda in enega »pomenskega sistema« v družbi (gl. Parkin 1971). Vprašanje razrednih razlik je tako v javnem diskurzu individualizirano ter obravnavano kot moralni in psihološki problem, ki razdira skupnost.⁷

O vlogi ekonomskih in kulturnih vidikov stratifikacije se v sociologiji tradicionalno govori v okviru pojmov razreda in statusa. Razlika med razredom in statusom se običajno interpretira kot razlika med objektivnimi in subjektivnimi vidiki diferenciacije. Gre za dve obliki stratifikacije, ki naj bi bili sicer medsebojno povezani, hkrati pa delovali ločeno. Tako npr. Weber v svojih fragmentarnih zapisih o tej temi, predvsem v Ekonomiji in družbi (1978/1922: 305–307), pravi, da je razredni položaj ljudi njihov ekonomski, to je tržni položaj. Hkrati pa ugotavlja, da moč v družbi ne izhaja le iz ekonomske moči, temveč je poleg politične moči tudi družbeni prestiž lahko vir moči in časti, ni pa nujno povezan z denarjem ali premoženjem. Giddens (1973: 44) meni, da ni bistvo Webrove analize v tem, da razred in status konstituirata »dve dimenziji stratifikacije«, temveč v tem, da skupnosti, temelječe na razredu, oz. tiste, ki temeljijo na statusu, predstavljajo dva možna in tekmujoča načina oblikovanja skupine glede na delitev moči v družbi. Gre torej za dva vidika distribucije moči. V naši študiji razreda in statusa ne bomo obravnavali kot dveh povezanih, toda ločenih oblik stratifikacije (glej npr. Weber 1978/1922 ali Chan in Goldthorpe 2007), temveč bomo izhajali iz predpostavke, da ekonomski in kulturni vidik razrednosti soobstajata v isti družbeni realnosti.⁸ Pri tem se bomo teoretsko naslanjali na novejšo raziskovanje kulturne potrošnje, ki sega od socioloških študij kulturne potrošnje in okusa v povezavi z družbenoekonomsko hierarhijo, ki jo najbolje zastopajo ameriški sociologi H. Gans (1999/1974), diMaggio (1982) in Peterson (1992, 1996, 2005), prek epohalne Bourdieujeve teorije okusa (2000/1979) do najnovejšega raziskovanja kulturnih preferenc, ki se, izhajajoč iz kritične prisvojitve Bourdieujeve teorije estetskega okusa, ukvarjajo z vlogo simbolnih praks v razrednih razlikah (npr. A. Warde, J. Frow, T. Bennett, J. Savage, R. Crompton, M. Lamont itd.).

Čeprav torej v sodobnih družbah vsaj na prvi pogled prihaja do kulturne deklasifikacije in je vedno manj ritualne diferenciacije med statusnimi skupinami, v tem prispevku izhajamo iz stališča, da kultura še vedno, čeprav bolj kompleksno in manj očitno, signalizira in konstituira razredno pripadnost, pomaga ohranjati razredne razlike in oblikovati življenjske priložnosti posameznika. To velja tudi za Slovenijo, kjer je zaradi zgodovinskih razlogov klasifikacija med razredi šibkejša kot v državah, kjer imajo družbene razlike korenine že v fevdalni imperialni preteklosti, diferenciacija med statusnimi skupinami v Webrovem smislu pa je manjša kot v nacionalnih okoljih, kjer so taksonomične meje med razredi izrazitejše. Slovenska družba je bila namreč

7. O medijskem okvirjanju razreda glej D. Kendall (2005). O reprezentaciji razreda v slovenski televizijski popularni kulturi glej D. Jontes (2011).

8. Glej Bourdieu (2000/1979: xi–xii). Bourdieu si že na začetku »Distinkcije« za nalogo zada »oblikovanje modela odnosov med univerzumom ekonomskih in družbenih razmerij ter univerzumom stilov življenja«. Razred in status sta zanj le dve plati družbene stratifikacije, ne pa dve različni in ločeni obliki stratifikacije.

še med obema vojnama tako poklicno, izobrazbeno kot premoženjsko nerazčlenjena in homogenizirana, praktično brez podjetniškega meščanstva in tako del evropskega tretjega sveta ter »ujeta v začarani krog revščine« (Lazarević 2012: 6).⁹ Do druge svetovne vojne se je v tem oziru zelo malo spremenilo. M. Hafner Fink ugotavlja, da so bile tudi v socializmu razlike med najvišjimi in najnižjimi dohodki že (ali še) v Sloveniji med najnižjimi v Jugoslaviji, čeprav so bile razlike med razredi primerjalno največje, izobrazba pa je bila pomembnejša determinanta dohodka kot razredni položaj (Hafner Fink 1994: 192).¹⁰ Kakšno je danes stanje na področju ekonomskih razlik v Sloveniji, kakšna je reprezentacija in percepcija te neenakosti ter kaj to pomeni za raziskovanje kulturnih distinkcij? Poglejmo si nekaj osnovnih dejstev. Ginijev količnik kot mera neenakomerne porazdelitve dohodka je v Sloveniji zelo nizek in ostaja v zadnjih letih stabilen, to je nekaj več kot 0,2 ali, izraženo v odstotkih, 23,8 % v letu 2010 (glej Vrabčič Kek 2012: 9).¹¹ Dohodek je torej v Sloveniji v zadnjih desetletjih porazdeljen zelo enakomerno. Razmerje kvintilnih razredov, torej razmerje med dvajsetimi odstotki najvišjih dohodkov in dvajsetimi odstotki najnižjih, pa je bilo po Eurostatovih podatkih v Sloveniji leta 2011 3,4.¹² To pomeni, da je najvišja plača povprečno za 3,4-krat višja od najnižje, medtem ko je v Evropi ta višja za petkrat. Slovenija je torej po teh kazalnikih skupaj z Norveško in Madžarsko najbolj egalitarna država v Evropi. To se kaže tudi pri samouvrščanju anketirancev na hierarhični lestvici. Podatki, zbrani z vprašalnikom Kultura in razred (Luthar in dr. 2011), kažejo, da se na vprašanje, kam bi sebe uvrstili na lestvici od 1 do 10, ki predstavlja družbeno hierarhijo, večina anketirancev vseh kulturnih tipov ali poklicnih razredov umešča na sredino, med 5 in 6. Samouvrščanje tako kaže na majhne neenakosti, ki se ujemajo s statističnimi podatki.¹³

Po drugi strani pa B. Malnar (2011: 955) ugotavlja, da kljub samouvrščanju večine na sredino razredne lestvice javno mnenje popolnoma napačno presoja stanje glede neenakosti v dohodkih, ki ga opisujejo statistični kazalniki. V Sloveniji ljudje razlike vseskozi ocenjujejo kot prevelike, neodvisno od tega, kaj kažejo podatki, hkrati pa narašča število tistih, ki menijo, da bi bilo treba razlike v dohodkih zmanjšati. Diskurz o neenakosti in predstava o idealni družbeni strukturi kažeta na izrazito prevlado egalitarnega diskurza in protislovnega populizma. Eden možnih rezultatov relativne

-
9. O slovenskem gospodarskem in družbenem razvoju v 19. stoletju in družbenem razlikovanju glej tudi Fischer (2005) in Kresal (1998).
 10. Glej tudi Tomc (1983 in 1987). O sociološki analizi razpada Jugoslavije in o (republiških) stratifikacijskih sistemih v bivši Jugoslaviji, ki temelji na podatkih iz *Klasnega biča*, glej Mitja Hafner Fink (1994).
 11. Ginijev količnik lahko zavzame vrednost med 0 in 1, kjer 0 pomeni popolno enakost in 1 popolno neenakost, ali pa ga kot Ginijev indeks prikazujemo v odstotkih med 0 in 100 %. Podatki so dostopni na <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tessi190> (15. 9. 2012)
 12. V Nemčiji je ta v letu 2011 znašal 4,4, na Hrvaškem 5,6, v Veliki Britaniji 5,4, na Češkem 5,9, v Avstriji 3,7 itd. Stanovnik in Verbič (2012: 11) ugotavljata, da je Ginijev količnik v Sloveniji dosegel vrh v poznih devetdesetih letih in rahlo padel v prvih letih po letu 2000.
 13. Čeprav naš vzorec tega ne pokaže, pa predvidevamo, da so premoženjske neenakosti verjetno večje, jih je pa pri nas težko meriti.

ekonomske enakosti in prevlade egalitarističnega diskurza je večja vloga drugih oblik kapitala v distinkcijskih praksah. Zaradi relativnega ekonomskega egalitarizma, ki je že desetletja značilen za razporeditev in prerazporejanje dohodkov v Sloveniji, bi lahko postavili tezo, da poteka proces družbene diferenciacije predvsem na področju kulturnih distinkcij ali statusa. Pri razmeroma majhnih razlikah v ekonomskem bogastvu se morda slovenski srednji razred bolj intenzivno ukvarja z dobičkom, ki ga prinašajo kulturne kompetence, ki lahko delujejo kot simbolni kapital.¹⁴ To pomeni, da ima lahko kultura pomembno mesto v družbenem razlikovanju in da »imeti kulturo« igra ključno vlogo pri reprodukciji življenjskih prednosti.

3 Podatki in metoda

Vzorčni okvir raziskave je predstavljal Centralni register prebivalstva (CRP), iz katerega smo naključno izbrali osebe, starejše od 18 let, s stalnim prebivališčem v mestnih občinah dveh največjih mest v Sloveniji – Ljubljani ali Mariboru. Zbiranje podatkov je potekalo od decembra 2010 do februarja 2011. Uspešno opravljenih intervjujev je bilo 820, delež vzorčne realizacije, ko odštejemo delež nedostopnih, tako znaša 45,2 %. Ocenili smo, da je za ta tip populacije in vrsto raziskave najprimernejši slučajni vzorec. Podatki iz naše ankete – ob upoštevanju uteži v primeru spola in starosti – odražajo dejansko strukturo definirane populacije. V vprašalnik so bila poleg kulture vsakdanjega življenja vključena naslednja področja: vizualna kultura, množični mediji, literatura, bralna kultura in glasba. Kulturne spremenljivke v vprašalniku *Kultura in razred* lahko razdelimo na štiri vrste glede na to, ali merijo okus/preference, znanje/poznavanje, lastništvo knjig, umetniških objektov itd. (to je objektivirani kulturni kapital) ali prakse po posameznih estetskih kategorijah (obiskovanje rock koncertov, obiskovanje koncertov klasične glasbe, gledališč, »špas teatrov« itd.).

Skupine smo oblikovali na osnovi indikatorjev okusa in znanja z vseh teh področij. Prakse in lastništvo kulturnih artefaktov pa smo tu obravnavali kot neodvisne spremenljivke, ki skupaj z demografskimi, stališčnimi, vrednotnimi idr. spremenljivkami govorijo o družbenem značaju kulturnega tipa, oblikovanega na osnovi okusa in znanja. Tako smo se odločili zaradi problematičnega razmerja med okusom in praksami v empiričnem raziskovanju kulturnega kapitala. V večini empiričnih študij kulturnega kapitala in kulturnih distinkcij raziskovalci namreč uporabljajo izključno podatke o praksah in participaciji (gl. npr. v preteklosti tudi *Klasno biće* ali študije kvalitete življenja pri nas). Yaish in Katz-Gerro (2012) svarita pred izključnim naslanjanjem na prakse, saj okus in prakse niso izmenljivi indikatorji utelešenega kulturnega kapitala, ampak so prakse pogosto bolj rezultat finančnih kot pa kulturnih virov, gotovo pa tudi

14. Glej. npr. Bernik in Trbanc (2005) o uprizarjanju slovenskega srednjega razreda v Dnevnikih v Sobotni prilogi Dela.

vprašanje spola, starosti, življenjske faze, dostopnosti kulturnih institucij in dogodkov.¹⁵ Ravno zaradi problematičnosti reduciranja raziskovanja razredne narave kulturnega kapitala na dejansko vedenje, torej prakse, smo v naši študiji za osnovo oblikovanja kulturnih tipov izbrali le spremenljivke, ki so merile znanje na področju legitimnega kulturnega kanona in okus (ki obstaja kot implicitno praktično znanje, utelešeno v habitusu kot interpretativnem okvirju).

Izhajali smo iz stališča, da analize kulturne potrošnje in njene družbene distribucije ni več mogoče utemeljevati na binarnem nasprotju med visoko in popularno kulturo, ker sta danes popularna kultura in kultura vsakdanjega življenja ključni za prakse distinkcije ter socialno distanco. Pri vprašanju kulturnih distinkcij tako izhajamo iz razlikovanja med visoko in popularno estetiko, ki odraža tudi notranjo diferenciranost popularne kulture, oz. iz uporabe t. i. estetske dispozicije (Bourdieu 2000/1979, glej tudi Weininger 2005). Večinoma različni pristopi razlikujejo tri vrste estetik ali diskurzov: umetniški diskurz, domačijski ali ljudski diskurz in pop diskurz (gl. Frith 1991).¹⁶ Ti trije diskurzi ali sheme ne pomenijo nekakšnih metažanrov, temveč medsebojno prekrivajoče se in le nejasno ločene mreže, skozi katere se »bere« popularna kultura. Holt (1997) celo meni, da umetnost danes konstituira le majhen del univerzuma potrošnih polj, ki se lahko izkoristijo za družbeno reprodukcijo. Če bi se osredotočili le na razmerje med visoko in množično kulturo ter spremenjeni odnos elite do visoke kulture (kot na primer študije omnivornosti), bi zapostavili notranjo diferenciacijo popularne kulture ter vrsto drugih praks s področja vsakdanjega življenja, ki jih vsakokratna elita uporablja v mikropolitikah kulturne distinkcije – od športa, socializiranja, prehrane, počitnic, opreme stanovanja itn. Oblikovanje kulturnih tipov je tako temeljilo na odgovorih na:

1. šest vprašanj, ki so na lestvici od ena do pet merila okus na različnih področjih: televizija, glasbeni žanri, žanri knjižne produkcije, televizija, film in likovna umetnost. Pri televiziji smo merili tako žanrske preference kot konkretne oddaje, pri filmu in likovni umetnosti pa konkretne filme oz. likovna dela. S konkretizacijo se pogosto izognemo normativno zaželenim odgovorom pri določenih skupinah anketirancev z manj kulturnega kapitala, kjer predstavlja preferenca za npr. televizijsko oddajo »Osmi dan« zanesljivejši podatek ali vsaj nujno dopolnilo kot pa le izražena preferenca za t. i. »oddaje o kulturi« na televiziji. Ali če parafraziramo Parkina (1971: 93), ko razpravlja o razredno specifičnih pomenskih sistemih: kjer se govori v abstraktnem jeziku, bodo nižji razredi bolj verjetno odgovarjali normativno, torej se bodo pri odgovorih pogosteje naslonili na moralni referenčni okvir, ki ga ponuja dominantni vrednostni sistem, če pa jim ponudimo konkretne situacije, na

15. Le manjše število študij proučevanje družbeno-kulturnih distinkcij utemeljuje na okusu. Najbolj znani primeri so Peterson (2005), Peterson in Simkus (1992) ter Peterson in Kern (1996), ki se prevladujoče ukvarjajo z distinkcijami na področju glasbe in okus za glasbene žanre razumejo kot najboljši približek okusu nasploh.

16. Schulze (1992) podobno uporablja diferenciacijo na tri sheme: visokokulturno shemo, trivialno shemo – ljudska kultura, shemo vznemirjenja – pop kultura). O treh kulturnih shemah glej tudi van Eijck in Lievens (2008).

podlagi katerih naj se odločajo, bo pri odgovoru bolj verjetno uporabljen podrejeni ali pogajalski moralni referenčni okvir.

2. tri vprašanja, s katerimi smo merili znanje na treh področjih kulturne produkcije: film, literatura in likovna umetnost.¹⁷ Podatke o znanju na področju kanoničnih del vizualne kulture in literature smo po eni strani uporabljali kot indikator samo-umevne domačnosti anketiranca z najbolj razvpitim kanonom legitimne kulture ter po drugi strani tudi kot surogatno mero za zmožnost potrošnje, presojanja in užitka v tej kulturi. Znanje je torej predpogoj za »kulturno samozaupanje« (Bennett in dr. 2009: 71), za eksperimentiranje s kulturnimi praksami in žanri (npr. »kamp« branje) in predpogoj za mikropolitiko klasifikacije.

Ker je to za naš model pomenilo preveč različnih dimenzij podatkov, smo, da bi reducirali razsežnost podatkov, za vsak posamezen sklop spremenljivk najprej naredili faktorске analize z ustreznimi rotacijami. Na podlagi rezultatov smo iz posameznih sklopov izločili neustrezne spremenljivke, iz ostalih spremenljivk pa smo sestavili posamezne faktorje, pri čemer je posameznikova vrednost pri določenem faktorju povprečje spremenljivk, ki faktor sestavljajo. V prvem koraku smo torej naše podatke z začetnih 89 spremenljivk (71 in 18) zreducirali na 20, te pa smo v nadaljevanju lahko uporabili v našem modelu. Naš cilj je bil, da anketirance razvrstimo v skupine glede na podobnosti, kjer so znotraj ene skupine enote, ki so si med seboj kar se da podobne, skupine pa so si med seboj kar se da različne po vseh merjenih lastnostih. Za razvrščanje smo uporabljali metodo voditeljev (K-means), ki spada med nehierarhične metode lokalne optimizacije.

4 Rezultati: pet kulturnih tipov in njihove družbene značilnosti

Na podlagi zgoraj naštetih desetih vprašanj in 71 spremenljivk, s katerimi smo merili bodisi estetske preference bodisi znanje, se je za optimalno izkazala razvrstitev v pet skupin. Teh pet skupin se torej razlikuje glede svojih preferenc na področju televizije, filma, vizualne umetnosti, glasbe in literature ter količine legitimnega kulturnega kapitala – torej znanja na področju vizualnih umetnosti in literature. Vsaka skupina ima specifičen kulturni karakter, ki je oblikovan na podlagi zgoraj naštetih spremenljivk. V tabelah P1 in P2 (glej prilogo) lahko vidimo vrednosti tistih spremenljivk pri posameznih tipih, na podlagi katerih so bile skupine oblikovane. Izognili smo se številčnim vrednostim in smo predstavili le odstopanje navzgor ali navzdol od povprečnih vrednosti spremenljivke na celotnem vzorcu vseh anketirancev skupaj oz. celotne populacije. Na ta način smo bolj pregledno predstavili kulturni značaj posameznega tipa. Značaj petih kulturnih tipov bomo najprej na kratko opredelili, ne da bi ugotavljali družbeno ozadje teh petih distinktivnih kulturnih profilov. Vprašanja strukturnih pogojev, ki generirajo različne oblike kulturne in ideološke kompetence, se bomo lotili v naslednjem koraku.

17. Anketiranci na primer dobili v roke barvne reprodukcije (Grohar, Kobilca, Hirst, NSK, Lichtenstein, Warhol, Kahlo) in se do njih opredeljevali na lestvici od ena do pet ter imenovali avtorja, če so ga identificirali.

Glasba ostaja področje kulture, kjer so tradicionalne hierarhije estetskega vrednotenja še najbolj utrjene, glasbeni okus pa je dober barometer bolj splošnih kulturnih dispozicij (gl. Peterson in Kern 1992, Peterson in Simkus 1996, Bourdieu 2000/1979, Bennett in dr. 1999). Če specifični značaj petih kulturnih skupin opazujemo le skozi njihove glasbene preference in predpostavljamo homologijo tega okusa z okusi na drugih področjih kulture, je razlika med njimi zelo očitna: prva skupina preferira tako klasično kot popularno glasbo (npr. rock, alter rock, jazz, etno), vendar pa kljub prestopanju meja med »sveto« in »profano« kulturo nekatere meje ostajajo jasno začrtane in jih ta skupina ne prestopi, saj zavrača stigmatizirane domačijske in komercialno-domačijske žanre (narodno-zabavna glasba, slovenski in jugoturbofolk) ter metal in komercialni pop. Ker so glasbene preference te skupine omejene na visoko kulturo in t. i. visoko popularno kulturo, torej na umetniški diskurz (Frith 1991, Collins 2002), ji recimo »elita A«. Drugi in tretji tip najvišje ocene dajeta narodno-zabavni glasbi in turbofolku kot nasprotnemu polu hierarhije glasbenih okusov. Drugo skupino bomo zato poimenovali »domačijski tip«, tretjo pa »pasivni domačijski tip«, ker so zanj značilne nizke ocene vseh glasbenih žanrov, razen narodno-zabavne glasbe, hkrati pa nizko ocenjuje in slabo pozna praktično vse kulturne artefakte, na podlagi katerih je bila tipologija ustvarjena. Četrta skupina (recimo ji »elita B«) preferira tako klasiko kot pop in ima torej v primerjavi z elito A eklektičen ter manj distinktiven sredinski okus, z manjšimi vrednostmi pri alternativnih glasbenih žanrih, višjim vrednotenjem komercialnega popa in manjšim odporom do komercialno-domačijskih žanrov. Peti skupini bomo rekli »komercialni tip«, ker preferira praktično vse žanre popularne glasbe, izrazito nizke ocene pa daje visoki in visoki popularni kulturi, torej umetniškemu diskurzu in domačijskim žanrom. Anketirana populacija prebivalcev mestnih občin Maribora in Ljubljane je tako razdeljena na izrazito elitno skupino z visoko količino kulturnega kapitala (prva skupina ali elita A, 102 enoti), ki konzumira tako visoko kulturo kot nekomercialno popularno kulturo, na dve skupini z nizkim kulturnim kapitalom in domačijskim okusom, torej na domačijski tip in na pasivni domačijski tip (druga in tretja skupina, 252 oz. 135 enote), na potrošnike sredinske kulture ali elita B (četrta skupina, 172 enoti) in na potrošnike komercialne množične kulture, torej komercialni tip (peta skupina, 159 enot).

Tabela 1: Izbrane preference in kompetence po kulturnih tipih
Okus smo merili na lestevici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni najslabša ocena, 5 pa najboljša. Znanje smo merili z nič ali ena (1 pomeni, da je anketiranec avtorja pravilno identificiral).

	Elita A	Domač. tip	Pasivni domač. tip	Elita B	Komerc. tip	Povprečje
Okus – glasba						
Nar.-zab. glasba	1,95	4,14	3,68	2,76	2,36	3,10
Alter rock	3,13	1,62	1,49	2,15	2,37	2,09
Pop	2,93	3,02	2,47	3,18	3,61	3,09
Klasika	3,81	3,13	2,82	3,73	2,02	3,06
Okus TV						
Big Brother slavnih	1,54	3,03	1,80	1,50	2,40	2,18
Lepo je biti sosed	1,81	3,93	2,56	2,08	2,53	2,74
Knjiga mene briga	3,31	2,90	2,21	2,92	2,10	2,72
Na zdravje	1,75	3,90	2,71	1,93	2,00	2,64
CSI	3,53	3,76	2,89	3,18	4,27	3,61
Novice	3,06	4,17	3,90	3,47	3,17	3,63
Kultura, umetnost	3,48	3,02	2,58	3,11	2,31	2,89
Znanje						
Gospa Bovary – Flaubert	0,63	0,11	0,13	0,27	0,23	0,24
Proces – Kafka	0,66	0,07	0,07	0,28	0,09	0,20
Grohar	0,83	0,36	0,39	0,70	0,31	0,49
Kobilca	0,78	0,18	0,22	0,38	0,12	0,38
Warhol	0,45	0,01	0,00	0,07	0,04	0,08
Boter – Coppolla	0,62	0,05	0,07	0,10	0,16	0,16
E.T. – Spielberg	0,89	0,20	0,30	0,56	0,60	0,47

a. Intelktualna in sredinska elita

Oba elitna tipa (elita A in elita B) družijo nizke ocene različnih žanrov televizijske pop kulture in posebej nizko vrednotenje domačijske televizijske kulture. Na vseh področjih je okus elite B bolj sredinsko povprečen, kot da bi bili razpeti med okusom, h kateremu se bolj nagibajo (pop), in okusom, ki se jim zdi bolj primeren (klasika). Preferenco elite B za visoko in hkrati pop kulturo lahko pojasnimo z vlogo, ki jo danes igra del visoke kulture. Ta namreč tako v družbenoritualnem kot v estetskem smislu deluje kot konformistična sredinska kultura. Sredinski kulturni okus elite B najbolje označuje značilno odklanjanje avantgardnega eksperimentiranja z obliko v umetnosti, kar jih razlikuje od bolj »intelektualnega okusa« prve skupine. Pri likovni umetnosti tako nizko vrednotijo »sodobno umetnost« (v našem vprašalniku npr. Hirst, NSK, Lichtenstein), visoko pa kanonizirano klasiko (Grohar, van Gogh, Kobilca), torej realistično oz. reprezentacijsko umetnost. Po poznavanju vseh treh

področij kulture indeksi elite B precej zaostajajo za elito A, so pa dobro zasidrani na drugem mestu pred vsemi ostalimi skupinami. Okus elite B je v resnici okus, ki ga Gans (1999/1974) in Bourdieu (2000/1979) imenujeta sredinski okus (»middlebrow« oz. »culture moyenne«), torej povprečna kultura s pretenzijo za konvencionalno visoko kulturo, kjer pomembno vlogo igrajo rituali, ki gredo z roko v roki s potrošnjo te kulture (npr. družbenostatusni rituali v okviru abonmajev dostopne klasične glasbe). Ali, kot pravi Bourdieu, sredinska kultura »kombinira dve sicer izključujoči se značilnosti, neposredno dostopnost in zunanje znake kulturne legitimnosti, /.../ sredinska kultura je odločno proti vulgarnosti« (2000/1979: 323, 326).

b. Komercialni tip

Komercialni tip je v celoti distanciran od visoke kulture in izrazito odstopa od povprečja po nizkih ocenah vseh literarnih žanrov, nizkih ocenah slikarskega kanona ter nizkih ocenah vseh glasbenih žanrov, ki se uvrščajo bodisi v visoko kulturo ali visoko popularno kulturo; edina izjema sta rock in alternativni rock. To je skupina z izrazitimi preferencami za urbano popularno glasbo, posebej pa odstopa tudi po visokih ocenah elektronike. Popularna glasba in popularni film sta osrednjega pomena za ta kulturni tip. To se kaže tudi v najvišjem številu glasbenih albumov in filmov v elektronski obliki, prenesenih z interneta (več kot 120), in najnižjem številu knjig med vsemi petimi skupinami (štiri). Za komercialni tip so značilne nadpovprečne ocene za komercialno televizijsko kulturo, podpovprečne ocene za visoko televizijsko kulturo in za ljudsko-domačijske oddaje domače produkcije tipa »Na zdravje« ter izrazito podpovprečne ocene za informativne žanre. Distanca do visoke kulture se še izraziteje kaže na področju znanja. Komercialni tip se pri poznavanju komercialnega filma giblje okoli povprečja, je pa izrazit nepoznavalec vizualne umetnosti, tudi njenih najbolj kanoničnih primerkov, in onstran najbolj očitnega šolskega obveznega čtiva (Zločin in kazen, Gospa Bovary) ne pozna literarnih avtorjev, po katerih smo spraševali. Ta skupina je v primerjavi z ostalimi štirimi kulturnimi tipi najverjetneje v povprečju mlajša, njen kulturni okus pa bo treba interpretirati s pomočjo dodatnih neodvisnih spremenljivk, saj je njen glasbeni okus tako generacijsko kot razredno specifičen.

c. Domačijska tipa in ljudski diskurz

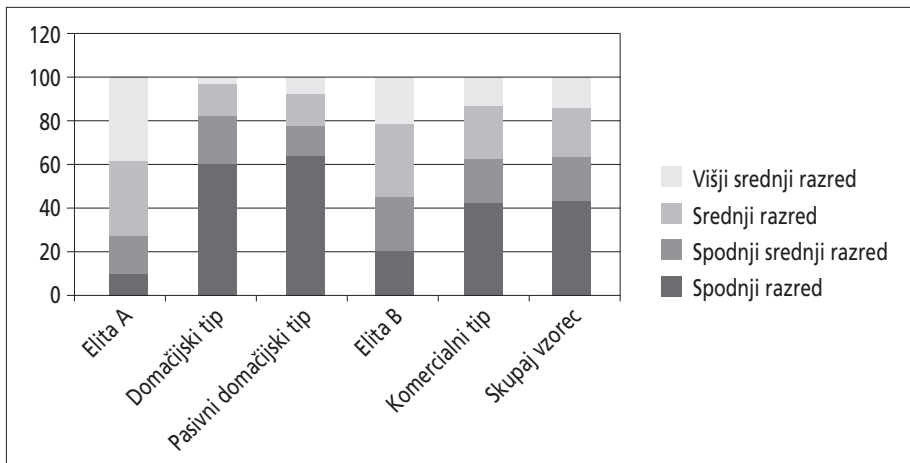
Oba domačijska tipa izstopata po visokih ocenah domačijske kulture ali t. i. ljudskega diskurza (Frith 1991) in najnižjih indeksih znanja na področju kanonizirane »šolske« kulture. Izrazito ju razlikujejo ocene televizijske kulture: domačijski tip je popolnoma vpet v televizijsko kulturo in pozitivno ocenjuje praktično vse televizijske žanre, še najvišje domače nadaljevanke, aktualnodokumentarni program in domače pogovorno-varietejske oddaje (npr. Spet doma, Na zdravje, Lepo je biti sosed, Preverjeno). Za pasivni domačijski tip pa so po drugi strani značilne podpovprečne ocene večine kulturnih artefaktov razen informativnih žanrov. V celoti so povprečne ocene kulturnih artefaktov pasivnega domačijskega tipa bistveno nižje od ocen ostalih skupin, najbolj izrazite pa so te razlike pri tradicionalnih oblikah legitimne visoke kulture (literatura, slikarstvo). Glasba in kultura nasploh torej za to skupino nimata pomembne vloge. Po literarnih preferencah in televizijskem

okusu domačijskega tipa (višje preference za psihološke priročnike in ljubezenske romane ter televizijsko fikcijo) ter po indiferentnosti pasivnega domačijskega tipa do kulture nasploh pa sklepamo, da je spol ob drugih družbenih lastnostih pomemben vir razlik med obema domačijskima kulturnima tipoma.

4.1 Družbeni značaj skupin in kulturne prakse

V nabor neodvisnih spremenljivk, ki so nam dale dodatne informacije o petih kulturnih tipih, smo vključili družbenodemografske lastnosti in družinsko ozadje (spol, starost, dohodek, premoženje, izobrazba, izobrazba staršev, poklic, poklic staršev ...) ter vrednote. Poleg sociodemografskih spremenljivk smo kulturne skupine definirali še z dodatnimi kulturnimi spremenljivkami, ki niso bile vključene v osnovno razvrščanje, gre pa predvsem za spremenljivke, ki merijo prakse na področju popularne in visoke kulture ter prakse na področju vsakdanjega življenja. Najprej smo ugotavljali, v kakšnem odnosu so kulturni tipi do poklicnih razredov. Pri tem smo se naslonili na Goldthorpovo (2000: 206–229) shemo poklicnih razredov, ki temelji na delitvi ljudi glede na poklic in položaj na delovnem mestu ter kot izhodišče klasifikacije upošteva položaj posameznika znotraj trga dela in pogoje zaposlitve: varnost oz. tveganje zaposlitve, stabilnost dohodkov, možnosti za napredovanje, stopnjo avtonomnosti pri opravljanju dela, položaj v zaposlitveni hierarhiji. Goldthorpova razredna shema (ESeC) je v bolj ali manj agregiranih oblikah (enajst, sedem ali štirje poklicni razredi) dobila veliko podporo v okviru empiričnega raziskovanja. V naši raziskavi smo glede na obsega raziskave in glede na populacijo, ki je bile omejena na prebivalce Ljubljane in Maribora, devetstopenjsko lestvico združili v štiri enotne kategorije. Štirje poklicni razredi, ki smo jih na osnovi odgovorov na vprašanje, kakšno delo oz. poklic opravljajo naši anketiranci (oz. kakšnega so opravljali pred upokojitvijo ali preden so izgubili zaposlitev), oblikovali na osnovi Goldthorpove sheme poklicnih razredov, so: 1. spodnji razred, 42,2 % celotnega vzorca (sem štejejo rutinski delavci in nižji uslužbenci, ki opravljajo nefizična dela), 2. spodnji srednji razred, 20,2 % vzorca (uslužbenci, samozaposleni), 3. srednji razred, 22,7 % (srednji menedžerji, strokovnjaki), in 4. višji srednji oz. zgornji razred, 13,9 % (višji menedžerji, najvišje zaposlitvene kategorije). Graf št. 1 ponazarja razmerje med kulturnimi tipi in poklicnimi razredi, v prilogi pa najdemo še tabelarni prikaz razmerja med poklicnimi in kulturnimi razredi (Tabela P3).¹⁸

18. ESeC je okrajšava za The European Soci-economic Classification. Univerzitetni profesor in zdravnik, na primer, sta bila uvrščena v višji srednji/višji razred, osnovnošolski učitelj ali medicinska sestra v srednji razred, tajnica v spodnji srednji, prodajalka, skladiščnik in čistilka pa v nižji razred. Dostopno prek <https://www.iser.essex.ac.uk/archives/esecc/user-guide/the-european-socio-economic-classification> (15. 9. 2012)

Graf 1: Razmerje med kulturnimi tipi in poklicnimi razredi

Kot vidimo, se tri kulturne skupine izraziteje ujemajo s poklicnim razredom – elita A s srednjim in višjim srednjim, domačijski tip in pasivni domačijski tip pa s spodnjim ter spodnjim srednjim razredom. Pri eliti B in komercialnem tipu je zveza med razredom in kulturo bolj zabrisana. Čeprav poklicni razred torej pomembno strukturira kulturni okus in kompetence na področju kulture, pa to drži le za elitno in domačijsko kulturo, ki se ujemata z vrhom in dnom družbene lestvice. Pri komercialni kulturi in konvencionalni sredinski kulturi, ki jo poosebljata komercialni tip in elita B, so kulturne preference in kompetence manj jasno povezane z razrednostjo, kot jo konstituira poklicno-razredna klasifikacija ESeC, simbolne meje med poklicnimi razredi pa so bolj difuzne. Elita B in komercialni tip torej nista jasno povezana z eno od poklicnorazrednih formacij, temveč v reificirani obliki kulturnih tipov poosebljata značilnosti kulturne potrošnje vseh formacij srednjega razreda (sredinska kultura pri eliti B) oz. nižjega in nižjega srednjega razreda (komercialna kultura).

4.2 Kulturni frakciji srednjega razreda vs. domačijsko-komercialna kultura spodnjega razreda

Elito A in elito B lahko glede na poklicnorazredno klasifikacijo uvrstimo v srednji oz. višji srednji razred (glej Tabela št. P3 in Graf št. 1). Tako se približno 70% respondentov, ki so uvrščeni v elito A uvršča v srednji poklicni razred ali višji srednji/zgornji razred, medtem ko se približno 80% respondentov tako iz domačijske in pasivno-domačijske skupine uvršča v nižji razred ali nižji srednji poklicni razred. Približno 70% anketirank in anketirancev iz višjega srednjega razreda so v naši študiji uvrščeni v druge kulturne tipe, in čeprav je v komercialnem tipu polovica anketirancev starih do 30 let, ima tako elita A kot elita B precejšen odstotek anketirancev, starih do 30 let (16,5% oz. 16,9%). Ker je delež neetničnih Slovencev pri obeh domačijskih tipih in pri komercialnem tipu izrazito nadpovprečen (glej tabelo 2), je očitno, da je v Sloveniji vprašanje razmerja med kulturo in razredom povezano z etnično pripadnostjo ter da

etnična marginalizacija podpira učinek razrednih distinkcij. Starost, spol in etničnost igrata na dnu lestvice veliko večjo vlogo kot pri njenem vrhu.

Tabela 2: Izbrane demografske in družbene značilnosti, kulturne prakse ter lastništvo glede na kulturni tip¹⁹

	Elita A	Domač. tip	Pasivni domač. tip	Elita B	Komerc. tip	Povprečje
Demografija¹						
MB/LJ	bolj LJ	bolj ženski	bolj MB		bolj moški	
Povpr. starost	45,5	53,7	55,2	46,4	32,5	46,8
Višja, visoka izobr.	66,7	16,3	13,5	56,4	26,6	33,3
Samouvrstitev	5,95	5,19	5,01	6,09	5,97	5,62
Vrednote, stališča²						
Pol. stranka – blizu	Bolj LDS, bolj Zares	Bolj DESUS	Bolj SNS	Bolj SD, SDS	Bolj SNS, bolj LDS	
Druge narodn.	77,1	56,2	58,6	72,8	52,0	62,0
Pravice homoseks.	54,1	15,0	7,8	34,1	24,6	24,5
Ženske – kariera	9,3	51,3	60,9	35,6	37,1	42,2
Aktivnosti						
Kino	70,4	23,8	22,2	67,6	74,6	47,7
Klas. konc.	46,8	9,9	12,5	36,6	6,4	20,1
Galerije	45,4	2,1	5,4	30,9	3,5	14,7
Gledališča	60,1	20,9	18,4	51,5	20,2	32,0
Rock, pop koncert	56,9	15,8	8,6	27,9	48,8	29,7
Lokal	75,0	52,8	49,2	68,2	92,4	66,9

OPOMBE: 1. Ugotavljali smo, ali je skupina neuravnotežena glede na spol in mesto prebivanja (Maribor oz. Ljubljana), povprečno starost kulturnega tipa in samouvrstitev po tipih. Anketiranci so se samouvrstili na hierarhični lestvici družbenih razredov od 1 do 10 (ena je dno, deset pa vrh družbene lestvice).

2. Spodaj v celoti navajamo trditve, do katerih so se anketiranci opredeljevali na lestvici od ena do pet.

Odstotki se nanašajo na odstotek tistih anketirancev v posameznem kulturnem tipu, ki so na trditve odgovorili z odgovorom »se strinjam« ali »popolnoma se strinjam«: A: Druge narodnosti, ki živijo stalno v Sloveniji, prispevajo k večji kulturni pestrosti. B: Homoseksualci bi morali imeti tako kot drugi pravico do poroke in posvojitve otrok. F: Samo eden od staršev lahko prav tako dobro vzgaja otroka kot oba skupaj. C: Ženske bi morale več časa posvetiti skrbi za otroke in družino kot pa karieri.

Domačijiški in pasivni domačijiški tip sta torej skupini z najnižjim ekonomskih in kulturnim kapitalom, razlike v kulturnih preferencah med njima pa gre interpretirati

19. Pri aktivnostih odstotki vključujejo odstotek tistih anketirancev iz posameznega kulturnega tipa, ki to počno redno ali vsaj nekajkrat letno. Število prebranih knjig navajamo v absolutnih številkah. Okus smo merili na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni najslabša ocena, 5 pa najboljša. Znanje smo merili z nič ali ena (1 pomeni, da je anketiranec avtorja pravilno identificiral). Pri lastništvu smo merili število izvirnih likovnih del, ki jih ima doma anketiranec, in število glasbenih albumov v elektronski obliki.

predvsem skozi razlike v spolni sestavi in regionalni specifičnosti obeh skupin. Spolna in generacijska diferenciacija v okusu se pri teh treh skupinah s spodnje polovice poklicne lestvice kaže veliko izraziteje kot v srednjem razredu. V generacijskem smislu se to izraža v premiku od domačijske kulture h komercialni popularni kulturi pri mlajši urbani generaciji. Ker je televizijski okus razredno bolj konvergenten kot okus na kateremkoli drugem področju, se spolna diferenciacija kulturnih okusov najočitneje kaže skozi televizijski okus. Izraža se kot razlika med »navznoter usmerjenimi okusi« prevladujoče ženskega domačijskega tipa za nadaljevanke, nanizanke in kuharske oddaje ter »navzven usmerjenimi okusi« pasivnega domačijskega tipa (glej Bennett 2009: 232) kot preference za novice, aktualno-dokumentarni program, okrogle mize in debate. Spol je priznana močna sila, ki strukturira organizacijo kulturnih okusov in praks ter pogosto preči razredne distinkcije ravno zaradi konvencionalnih spolnih vlog, ki so na dnu družbene lestvice bistveno manj subvertirane kot na njenem vrhu.

Razred in izobrazba partnerjev in staršev pri vseh petih kulturnih tipih govori v prid znani Webrovi (1978: 187) tezi, da status temelji na stilu življenja, v praksi pa se izraža skozi »connubium«, torej poroke, delitev »mize in hrane«, tj. prijateljske in osebne mreže, skozi monopolistično prisvajanje določenih možnosti ter iz drugih statusnih konvencij. Naj za primer navedemo, da imajo partnerji elite A v 64,2 % visoko izobrazbo, razmerja pri obeh domačijskih tipih pa so ravno obratna – kar 70 % partnerjev domačijskega tipa ima namreč le osnovno ali poklicno šolo. Hierarhija se reproducira v vsakdanjem delovanju in skozi vsakdanje izbire (iskanje partnerja, prijateljske zveze, potrošne izbire, estetske izbire, politične ali etične izbire) in je posledica ali stranski produkt rutinskih odnosov. Meje med kulturnimi razredi se tako konstituirajo skozi socialne in intimne odnose v okviru mikropolitike vsakdanje družbene interakcije. Družbene kolektivitete, ki lahko izhajajo iz teh praks, pa vzpostavljajo simbolne meje med posamezniki, pripadniki različnih statusnih skupin in razrednih frakcij.

Samouvrščanje oz. samopercepcija petih kulturnih tipov na hierarhični lestvici družbenih razredov od ena do deset kaže drugačne in presenetljive rezultate. Tri skupine – elita A, elita B in komercialni tip – se gnetejo na šestici, oba domačijska tipa pa na petici. Razpon med petimi skupinami in štirimi poklicnimi razredi je izredno majhen. Ker elita A nima samo več kulturnega, temveč tudi več ekonomskega kapitala, samouvrščanja elite B in komercialnega tipa ob bok eliti A ne moremo pojasniti npr. s prevlado ekonomskega kapitala na račun kulturnega pri eliti B in komercialnem tipu. Elita A namreč živi v gospodinjstvu, kjer je povprečni dohodek 2700 evrov neto mesečno, elita B in komercialni tip pa v gospodinjstvu s povprečno 2200 oz. 1700 evri dohodka. Na boljši ekonomski položaj elite A kažejo tudi vsi premoženjski indikatorji (vikend ali dodatno stanovanje, delnice ali vrednostni papirji, gospodinjstva pomoč itd.).²⁰ Tisti z več denarja imajo po naših podatkih v obeh mestih tudi večji kulturni kapital. Bourdieujeve delitve na dve krili višjega srednjega razreda – na »bogate v kulturi«

20. Dobrine, pri katerih elita B »prekaša« elito A, so predvsem zabavna elektronika in gospodinjstva oprema: LCD ali plazma televizor, sušilni stroj, DVD-snemalnik, domači kinosistem.

(servisni razred) in »bogate v denarju« (upravljavski razred) – torej v naši študiji ne moremo potrditi (Bourdieu 2000/1979, Bennett in drugi 2009).

5 Sklep

Kljub ekonomsko razmeroma egalitarni distribuciji dohodkov v Sloveniji ali pa ravno zaradi ekonomskega egalitarizma in nizkih taksonomičnih mej med razredi ter politično in medijsko intenzivni konstrukciji populistične fikcije »običajnega Slovenca« smo ugotovili obstoj razmeroma izrazitih simbolnih distinkcij, ki podpirajo v evropskem kontekstu majhne ekonomske distinkcije. Pri tem zvezo med razredom in kulturo posredujejo tudi druge demografsko-socialne značilnosti. Spol ali etničnost sta kot način strukturiranja družbene prakse nasploh nujno prepletena z drugimi družbenimi institucijami, torej tudi razredom. V študiji smo tako hkrati odkrili vsaj štiri tekmujoče vidike kulturnih distinkcij: distinkcije glede na razred, spol, generacijo in etnično pripadnost. Toda za vse velja, da so pogojene s poklicnim razredom, ki smo ga merili s klasifikacijo ESeC. Spolne, generacijske in etnične razlike v kulturnih preferencah ter potrošnji se namreč najmočneje izražajo v nižjih poklicnorazrednih kategorijah. Obvladovanje nacionalno specifičnega kulturnega kapitala zmanjšuje relevantnost etnične pripadnosti ali učinek starostne kohorte oz. spolnih razlik v kulturnih preferencah, praksah in kompetencah. Dve kulturni skupini se tako v ekonomskem kot kulturnem smislu umeščata v srednji in višji srednji razred. Spolne in generacijske razlike igrajo tu majhno vlogo, presenetljivo vlogo pa igra mesto prebivanja anketiranca. Razlike med bolj ljubljansko elito (elita A) in regionalno uravnoteženo elito B verjetno izhajajo iz koncentracije kreativnih ekonomij in profesionalnega servisnega razreda v Ljubljani.

Trije kulturni tipi se uvrščajo v nižji razred ali nižji srednji razred. Pri vseh velja, da spolne, generacijske, etnične in regionalne distinkcije pomembno okrepijo učinek razrednih razlik oz., obratno, biti nižjega razreda podpre učinek spola, generacije in etnične pripadnosti. Okus žensk iz nižjega razreda je tako bolj specifično ženski kot okus žensk iz višjega srednjega razreda.²¹ Kulturni okus kot indikator kulturnega kapitala pojasnjujejo tudi politične vrednote, saj oba strukturira isti habitus (gl. Van Eijck in Lievens 2008: 225). Vrsta hegemonične moškosti, ki je tipična za delavski razred in se kaže v njegovi politični distinktivnosti z močno avtoritarno črto, se odraža tudi v odgovorih, s katerimi smo merili liberalne vrednote. Za oba bolj moška kulturna tipa nižjega in nižjega srednjega poklicnega razreda (pasivni domačijski tip in komercialni tip) je značilna nadpovprečna simpatija do nacionalistične politične stranke. Hkrati vse tri skupine domačijsko-komercialne kulture v nadpovprečni meri nasprotujejo migraciji,

21. Morda bi se z drugačno metodo, ki bi bila bolj občutljiva za simbolni vidik materialnih artefaktov, dokopali do drugačnih rezultatov. R. Collins (1992) govori o weberjanski družinski delitvi dela, kjer se moški specializirajo za razred, ženske pa te resurse konvertirajo v status (1982: 227). Proizvodnja kulturnih meja je tako bolj ženska domena, kjer je vloga gospodinje definirana primarno kot »produkcija in potrošnja statusa« (oprema stanovanja, prezentacija hrane, samoprezentacija). To morda velja zlasti za ženske srednjega razreda, ki se posebej ukvarjajo z estetskimi dimenzijami potrošnje.

državljskim pravicam spolnih manjšin in delno tudi ženski enakopravnosti (razen mlajšega komercialnega tipa).²²

Kulturno pasivnost domačijskih skupin, ki se prevladujoče uvrščata v nižji oz. delavski razred in delno v nižji srednji razred, moramo interpretirati v kontekstu področij, ki jih naš vprašalnik preiskuje, in tistih področij, ki niso bila vključena v vprašalnik. Prakse, povezane z gradnjo hiše, popravili okoli nje, ročnimi deli, avtomobilom, vrtnarjenjem, gasilstvom, različnimi oblikami sive ekonomije, obiskovanjem sorodnikov in pomočjo sorodnikom, sosedsko in sorodstveno solidarnostjo ter družabnostjo, so aktivnosti, po katerih nismo spraševali, so pa konstitutivni del življenja teh kulturnih in razrednih formacij, ki imajo intenzivno družbeno življenje, temelječe na sorodstvu, sosedstvu in lokalni skupnosti. Njihovo očitno kulturno abstinenco, na katero kažejo naši rezultati, moramo torej brati le v kontekstu odnosa do legitimne kulture ter distribucije moči in prestiža, ki je povezan z obvladovanjem legitimne kulture. Toda to ne postavlja pod vprašaj naših rezultatov, saj jasno govori o tem, da imamo opravka z razredno specifičnimi pomenskimi sistemi, ki so kulturno in politično distinktivni ter imajo večjo ali manjšo možnost transformacije kulturnega kapitala v socialni ali ekonomski kapital. Družbene meje, ki se kažejo skozi kulturne distinkcije, v Sloveniji ne potekajo med visoko legitimno kulturo na eni strani in množično popularno kulturo na drugi, temveč osrednja kulturna distinkcija, ki ima funkcijo družbenih meja, poteka znotraj popularne kulture kot delitev med domačijsko-komercialno kulturo, komercialno kulturo in »visoko« ali urbano popularno kulturo, obenem pa je mikropolitika distinkcijskih praks konstitutivna za vrednote in politična stališča ter sestavni del praks vsakdanjega življenja (skrb za telo, prehranski režimi in podobno). Politična stališča in vrednote vseh petih kulturnih tipov kažejo na to, da sta liberalnost in toleranca sestavni del kulturnega kapitala ter prestižni simbol višjega srednjega razreda, neliberalna politična stališča in vrednote treh domačijsko-komercialnih tipov pa so simbolni izraz politične retorike in demagoškega etosa nacionalne komercialne kulture, ki jo ti trije kulturni tipi v največji meri konzumirajo.

Literatura

- Alexander, C. Jeffrey, in Thompson, Kenneth (2008): *A Contemporary Introduction to Sociology. Culture and Society in Transition*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Bennett, Tony, Emmison, Michael, in Frow, John (2001): *Accounting for Tastes: Australian Everyday Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bennett, Tony, Savage, Mike, Silva, B. Elizabeth, Warde, Alan, Gayo-Cal Modesto, in Wright, David (2009): *Culture, Clas, Distinction*. London: Routledge.
- Bernik, Ivan, in Trbanc, Martina (2005): Avtoportret višjega srednjega sloja: izjemnost in konformnost. *Teorija in praksa*, 42 (1): 65–86.

22. O splošni političnodiskurzivni protislovnosti komercialne kulture govorijo tudi strankarske preference obeh tipov, ki ju ta kultura najbolj opredeljuje, elite B in komercialnega tipa. Komercialni tip odstopa od povprečja pri simpatijah za LDS in SNS, elita B pa za SD in hkrati SDS. LDS in SNS sta bili v času anketiranja še parlamentarni stranki.

- Bottero, Wendy (2005): *Stratification. Social division and inequality*. New York, London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2000/1979): *Distinction*. New York, London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1986): *The Forms of Capital*. V J. F. Richardson (ur.). *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*, 241-252. New York: Greenwood.
- Brešar Iskra, Alenka, in dr. (1995): *Kvaliteta življenja: 1984–1994*. Raziskovalno poročilo. Ljubljana: FDV, IDV.
- Chan, Wak Wing, in Goldthorpe, John H. (2007): *Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England*. *European Sociological Review*, 23 (1): 1-19.
- Collins, Jim (2002): *High Pop: An Introduction*. V Jim Collins (ur.): *High-Pop: Making Culture into Popular Entertainment*, 1–31. Malden and Oxford: Blackwell.
- Collins, Randal (1982): *Women and the Production of Status Cultures*. V M. Lamont in M. Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*: 213-231. Chicago: University of Chicago Press.
- Crompton, Rosemary (2008): *Class & Stratification*. Cambridge: Polity Press.
- Černigoj-Sadar, Nevenka (1991): *Socialni položaj, materialni standard in način preživljanja prostega časa*. *Družboslovne razprave*, VIII (12): 52-65.
- DiMaggio, Paul (1982): *Cultural boundaries and structural change: the extension of the high culture model to theatre, opera and dance, 1900-1940*. V M. Lamont in M. Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*: 21-57. Chicago: University of Chicago Press.
- Eijck, van Koen, in Lievens, John (2008): *Cultural omnivorousness as a combination of high-brow, pop and folk elements: The relation between taste patterns and attitudes concerning social integration*. *Poetics*, 36 (2-39): 217-242.
- Erikson, Robert, in Goldthorpe, John H. (1992): *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Oxford: Oxford University Press.
- Fischer, Jasna (2005): *Družba, gospodarstvo, prebivalstvo*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino.
- Flere, Sergej, in Lavrič, Mila. (2005): *Družbene neenakosti in terciarno izobraževanje na Slovenskem*, *Teorija in praksa*, 42 (4-69): 730-743.
- Frith, Simon (1991): *The Good, the Bad, and the Indifferent: Defending popular culture from the populists*. *Diacritics* 21 (4): 102–115.
- Frow, John (1995): *Cultural Studies and Cultural Value*. Oxford: Oxford University Press.
- Gans, Herbert (1999/1974): *Popular Culture & High Culture*. New York: Basic Books.
- Giddens, Anthony (1973): *The Class Structure of the Advanced Societies*. London: Hutchinson.
- Ginijev količnik. Dostopno prek: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tessi190> (15. 9. 2012)
- Goldthorpe, John H. (2000): *On Sociology. Numbers, Narratives and the integration of research and theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Hafner-Fink, Mitja (1994): *Sociološka razsežja razpada Jugoslavije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Holt, B. Douglas (1997): *Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of tastes from its critics*. *Poetics*, 25 (1): 93-120.

- Jontes, Dejan (2011): Razred v popularnih televizijskih žanrih. *Teorija in praksa*, 48 (4): 968-981.
- Kendall, Diana (2005): *Framing Class. Media Representation of Wealth and Poverty in America*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Klinar, Peter (1981): O življenjskem stilu Slovencev: raziskovalno poročilo. RSS: Ljubljana.
- Kresal, France (1998): Zgodovina socialne in gospodarske politike v Sloveniji. Cankarjeva založba: Ljubljana.
- Lazarevič, Žarko (2012): Družba in gospodarstvo med obema vojnama. Vprašanja ravni modernizacije. Rokopis.
- Lamont, Michele (1992): *Money, Morals & Manners. The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*. Chicago: University of Chicago Press.
- Long, Elizabeth (ur.) (1997): *From sociology to cultural studies*. Cambridge: Blackwell.
- Luthar, Breda, Kurdija, Slavko, Jontes, Dejan, Malnar, Brina, Tivadar, Blanka, Kamin, Tanja, in Oblak, Tanja (2011): Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno raziskovalno poročilo s sumarnikom. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Luthar, Breda, in Kurdija, Slavko (2011): Razred in kulturne distinkcije: 982-1003.
- Malnar, Brina (2011): Trendi neenakosti v Sloveniji. Med statistiko in javnim mnenjem. *Teorija in praksa*, letnik 48 (4): 951-967.
- Pakulski, Jan (2001): Class and Politics. V T. N. Clark in S. M. Lipset (ur.): *The Breakdown of Class Politics: 36–49*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Pakulski, Jan (2005): Foundations of a post-class analysis. V Eric Olin Wright (ur.), *Approaches to Class Analysis: 152–179*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parkin, Frank (1971): *Class Inequality and Political Order*. New York: Praeger.
- Peterson, Richard (1992): Understanding Audience Segmentation: from elite to mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21 (4): 257–282.
- Peterson, Richard, in Simkus, Albert (1992): How musical tastes mark occupational status groups. V Michele Lamont in Fournier M. (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality: 152–186*. Chicago and London: Chicago University Press.
- Peterson, Richard, in Kern, Roger (1996): Changing Highbrow taste: from snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61 (5): 900–907.
- Richard, A. Peterson (2005): Problems in comparative research: the example of omnivorousness. *Poetics*, 33 (5-6): 257-282.
- Rus, Veljko (1985): Društveni razvoj i kvalitet života. *Sociologija*, 27 (1-2): 81-89.
- Savage, Mike (2000): *Class Analysis and Social Transformation*. Buckingham: Open University Press.
- Schulze, Gerhart (2005): *Die Erlebnisgesellschaft—Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/ New York: Campus Verlag.
- Skeggs, Beverley (2004): *Class, Self, Culture*. London, New York: Routledge.
- Stanovnik, Tine, in Verbič, Miroslav (2012): The Distribution of Wages and Employee Incomes in Slovenia, 1991 – 2009 (Working Paper No. 60). Ljubljana: Institute for Economic Research, The European Soci-economic Classification. Dostopno prek: <https://www.iser.essex.ac.uk/archives/esecc/user-guide/the-european-socio-economic-classification> (15. 9. 2012)
- Tomc, Gregor (1987): Razredna dekompozicija in nacionalno formiranje v povojni Jugoslaviji. *Problemi (Literatura)*, 25 (4): 175-194.

- Tomc, Gregor (1983): Družbena enakost in neenakost v Jugoslaviji II. *Nova revija*, 2 (10-11): 1171-1179.
- Vrabič Kek, Brigita (2012): *Kakovost življenja*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
- Warde, Alan, Wright, David, in Gayo-Cal, Modesto (2007): Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. *Cultural Sociology* 1 (2): 143-164.
- Warde, Alan, Wright, David, in Gayo-Cal, Modesto (2008): The omnivorous orientation in the UK. *Poetics* 36 (2): 148-165.
- Weber, Max (1978/1922): *Economy and Society*. Berkley: The University of California Press.
- Weininger, Elliot B. (2005): Foundations of Pierre Bourdieu's class analysis. V Eric Olin Wright (ur.): *Approaches to Class Analysis*: 82-118. Cambridge: Cambridge University Press.
- Williams, Raymond (2005/1958): *Navadna kultura*. Ljubljana: ISH.
- Yaish, Meir, in Katz-Gerro, Tally (2012): Disentangling 'Cultural Capital: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation. *European Sociological Review*, 25 (2): 169-185.

Priloga

Tabela P1: Pet skupin, oblikovanih na podlagi vrednosti kulturnih spremenljivk, ki merijo okus²³

TV - vsečnost	1. sk. Elita A	2. sk. Domačij. tip A	3. sk. Domač. tip B	4. sk. Elita B	5. sk. Komer. tip
Novice	-	++	+	0-	-
Kultura + um.	++	0+	0-	+	--
Domače nad.	--	++	-	--	0-
Tuje nad. + filmi	0-	+	-	--	++
Resnič. TV	--	++	-	--	+
Kuh. odd.	-	++	-	-	--
Pog./variete	--	++	+	--	-
Zdr. vest	0+	+	-	-	+
Pogledi SLO	--	++	+	-	--
BB slavnih	--	++	-	--	+
Lepo je biti sosed	--	++	-	--	0-
Na zdravje					
Knjiga mene briga	++	0+	-	+	--
Na kraju zločina CSI	0	0+	--	-	++
Tudorji	++	++	--	-	0-

23. Če smo spraševali po preferencah do konkretnih televizijskih oddaj, filmov itd., v tabeli ne navajamo celotnega seznama oddaj, na podlagi katerih so bile skupine oblikovane, saj smo izbrali le najbolj razlikovalne.

Film – všečnost					
Butec in butec	--	+	0	-	++
Dvoriščno okno	+	0-	-	0	-
Literatura – preference					
Sod. leposl.	+	-	-	+	--
Klasič. leposl.	++	-	-	++	--
Psih. priroč.	-	+	0+	+	-
Ljub. romani	-	++	-	0-	-
Knjige o umet.	++	0	-	+	--
Glasba – preference					
Rock	++	--	--	+	+
Alter rock	+	--	--	0+	+
Džez	++	-	-	+	-
Etno	+	-	--	+	-
Klasika + opera	+	0+	-	+	--
Slov. nar.-zabavna	--	++	+	-	-
Elektronika	0+	-	--	0	++
Pop	-	0	-	0+	+
Metal	+	-	-	0	+
Slov. turbofolk	--	++	+	-	-
Hip hop, R&B	0	-	--	0	0-
YU zurbo in nar. zab.	--	++	0	-	0+
Slikarstvo – všečnost					
Grohar	++	0+	-	+	--
van Gogh	+	+	-	+	--
Kobilca	+	+	0	++	-
Hirst	++	+	-	--	0
Warhol	+	0	-	-	0+
Kahlo	++	+	-	0-	-
NSK	+	0	-	-	+
Lichtenstein	+	0+	-	-	+

Tabela P2: Pet skupin, oblikovanih na podlagi vrednosti kulturnih spremenljivk, ki merijo formalne kulturne kompetence na področju filmske kulture, literature in slikarstva

Film – režiser	1. sk. Elita A	2. sk. Domačij.tip A	3. sk. Domač. tip B	4. sk. Elita B	5. sk. Komer. tip
E.T.	++	--	--	+	+
Stekli psi	++	--	--	-	0+
Boter	++	--	--	-	0
Peklensk pomaranča	++	-	-	-	0-
Ples v dežju	++	0-	--	-	0-
Literatura					
Zločin in kazen	++	-	-	+	0+
Gospa Bovary	++	--	--	0+	0
Kralj na Betajnovi	++	-	-	+	-
Mojster in Margareta	++	-	--	0	--
Proces	++	--	--	0+	--
Slikarstvo					
Grohar	++	-	-	+	-
van Gogh	++	--	-	+	-
Kobilca	++	-	-	0+	--
Hirst	++	-	-	-	-
Warhol	++	--	--	0	-
Kahlo	++	--	-	0+	-
NSK	++	-	-	0+	-
Lichtenstein	++	-	--	-	--

Tabela P3: Distribucija ESeC poklicnih razredov po kulturnih tipih

	Spodnji razred (v %)	Spodnji sr. razred (v %)	Sr. razred (v %)	Višji sr. razred/ zgornji r. (v %)
1. Elita A	10,7	17,9	33,3	38,1
2. Domačijski tip	60,6	22,2	14,6	2,5
3. Pasivni domač. tip	64,4	13,6	14,4	7,6
4. Elita B	21,3	24,1	33,3	21,3
5. Komer. tip	43,0	19,6	24,3	13,1
Skupaj	43,4	20,1	22,7	13,9

Summary

The study draws on survey data on cultural preferences, competences and practices of a representative sample of inhabitants of two largest Slovenian cities, Ljubljana and Maribor. The cultural dimensions of class and the role of cultural distinctions in the class structure of both cities are examined. The study enquires about the ways in which the non-economic resources, i.e. the cultural capital, informs the construction and reproduction of social divisions. The EseC occupational class scheme was used to measure occupational class differences. Slovenia is a relatively egalitarian society with traditionally low taxonomic boundaries between classes and the lowest economic inequality within Europe. Have in this context the symbolic boundaries replaced economic differences and do the cultural distinctions play an independent role in establishing class differences? The discussion built on two research questions. Firstly, does the sample of our respondents reveal any systematic patterns of aesthetic preferences and competences? And secondly, how are groups of cultural tastes linked to social positions (defined as occupational class) or, in other words, how do people mobilise their cultural sources in the process of social distinction? To which extent, thus, the cultural capital organises social divisions between socio-economic groups in Slovenian urban population? How does gender, generation and ethnicity relate to cultural distinctions and class differences? We expected to uncover the existence of relatively distinct and variable class-cultural formations or class-specific “meaning systems” (Parkin 1971) that may be revealed through a multidimensional analysis.

In the first step, five ideal-type cultural types with regard to preferences (tastes) and knowledge in selected areas of high and popular culture were established (television, visual art, music, literature, cinema). A tripartite classification of taste and practices was applied: art discourse, pop discourse and folk discourse (Frith, 1991). In the second step, the relation between obtained cultural types and the selected range of independent variables were used in order to establish the “social character” of cultural ideal-types. In methodological terms this means that we created the space of cultural types only on the basis of mutual relationship between variables measuring cultural tastes and competences. Socio-economic characteristics, occupational class, values, political preferences, lifestyle indicators, and cultural practices (i.e. the actual, practical enactment of one’s taste and knowledge) were included in the area of cultural preferences as additional variables. In this study, cultural taste is thus discussed as the starting point of social distinctions and not as the effect of structure.

The empirical results point to the existence of five separate class-cultural formations or class-specific meaning systems that significantly differ from one another. Of the three univorous types two are defined by their preference for “folk discourse”, and one for commercial discourse. Another two omnivorous types are defined either by art discourse (high culture and high popular culture) and the second one by middlebrow culture (conventional high culture and pop culture). The data further point to a systematic homology between ideal-type cultural classes and four occupational classes (EseC). Tastes are particularly strongly linked to social positions at the bottom and

at the top of social hierarchy. Social boundaries that are manifested through cultural distinctions in Slovenia do not run between the high legitimate culture on one hand and mass popular culture on the other. Rather, the central cultural distinction which has the role of a social boundary runs within popular culture itself. It is manifested as a division between commercial folk culture, commercial culture and “high” or urban popular culture. Values and political views of all five cultural types show that liberal disposition and tolerance form an integral part of cultural capital and stand as a prestigious symbol of the upper middle class, whereas non-liberal political views and values of the three types defined by commercial folk culture or pop culture are a symbolic expression of the political rhetoric and demagogical ethos of national commercial culture consumed by the said three cultural types to the largest possible extent.

We can conclude that despite the economically relatively egalitarian distribution of income in Slovenia, or perhaps precisely because of the economic egalitarianism and low taxonomic boundaries between classes, as well as due to intensive construction of populist fiction of an “ordinary Slovene” in the political and media discourses, the existence of relatively strong symbolic distinctions that support the distinctions between occupational classes was established. Further, the effect of gender and ethnic inequality supports the effects of cultural distinctions and occupational class distinctions. The strongest effect of gender and ethnic inequality as articulated through the cultural distinctions was established at the bottom of occupational class hierarchy.

Podatki o avtorici:

red. prof. dr. Breda Luthar

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana

breda.luthar@fdv.uni-lj.si