

**Марга Томић**

Криминалистичко-полицијска академија  
Београд

УДК: 304:004.738.5(497.11)

*Прегледни научни рад*

Примљен: 10.03.2016.

## УТИЦАЈ ДРУШТВЕНЕ СТРАТИФИКАЦИЈЕ НА КУЛТУРНУ ПОТРОШЊУ

*Сажетак: У раду се разматрају теоријска становишта и истраживачки приступи и резултати о вези између друштвене стратификације и културне потрошње. Представљени су главни заступници три социолошка дискурса: они који сматрају да класне поделе постоје и данас и да утичу на друштвене неједнакости посебно у домену културне потрошње и укуса; они аутори и истраживачи који наглашавају утицај друштвене стратификације на формирање културне стратификације, али не према класном, већ према статусном положају, и, трећу групу чине они који су заступници теорија о индивидуализацији културне потрошње и културних укуса што би значило да припадност одређеној друштвеној класи не утиче на културне изборе.*

Кључне речи: *класе, стратификација, култура, културна потрошња*

\* \* \*

За социолошка истраживања из области културне потрошње, друштвене класе и друштвена стратификација су, као елементи друштвене структуре, поља на којима се осликава друштвена неједнакост па самим тим се преко њих може доћи до адекватне анализе и објашњења културне стратификације и културне потрошње друштвених класа. Студије о стратификацији и хијерархизацији потрошње у области културе, односно културних добара и услуга, покренута су масовније од друге половине двадесетог века, и подстакнута су друштвеним и културним променама посебно у западним друштвима.

Централно место у дебатама је постојање или непостојање поделе културног живота на „високу“ и „ниску“ културу појединих друштвених група<sup>1</sup>, и растући утицај масовне (комерцијалне) културе и масовних медија. У том смислу, социолози покушавају да осветле природу и разноликост културне

---

<sup>1</sup> Када се каже култура, мисли се на ужи појам културе, који, за разлику од класичног, антрополошког појма, подразумева праксу, добра и идеје класификоване под уметношћу, као што су литература, музика, дизајн, производи разних медија, штампани, електронски, итд. који се користе за образовне, духовне и забавне сврхе (Gans, 1999:5).

потрошње и укуса, проучавајући их у контексту друштвене стратификације, и да понуде теоријска објашњења о вези између културних и социјалних хијерархија.

### **Друштвена стратификација и друштвене класе**

Истраживања културне стратификације свој ослонац имају у некој од теорија о друштвеној стратификацији, у зависности од тога да ли полазе од следећих претпоставки: да класе постоје и утичу, између осталог, и на културну стратификацију<sup>2</sup>, да на културну стратификацију не утичу класе, већ друштвени статус (културна стратификација одговара статусној лествици а не класној), или да, с обзиром да класе у савременом друштву не играју значајну улогу, културна потрошња јесте искључиво индивидуална ствар. Касније ће бити више речи о сваком овом становишту посебно. Истраживања о културној стратификацији доводе се у блиску везу са мејнстрим истраживањима о друштвеној стратификацији јер је за социологе важно да открију како се стварају и одржавају друштвене неједнакости у културној потрошњи, и шта те неједнакости могу да кажу о глобалним структурама друштвених неједнакости, чији су део (Chan and Goldthorpe, 2010).

Социолошке расправе о друштвеној стратификацији и друштвеним класама у последњих неколико деценија центриране су око два теоријска концепта: неовеберијанског и неомарксистичког. Основне дилеме које се појављују у оквиру ових теорија односе се на чињеницу да су данашња развијена (постиндустријска, западна углавном) друштва претрпела велике промене у односу на век раније, и да су диференциранија у тржишном, политичком и културном смислу, и зато су друштвене класе изгубиле јасне и оштре границе које су имале у прединдустријским друштвима. Међутим, аутори који сматрају да је појам класе још увек адекватан аналитички инструмент за проучавање друштвене структуре, слажу се да класе могу да пруже одговор на неколико питања – како људи, индивидуално и колективно смештају себе и друге у оквиру друштвене структуре неједнакости; како су људи објективно лоцирани у дистрибуцији материјалних неједнакости; шта објашњава неједнакости у економски дефинисаним животним шансама и животном стандарду; које су то економске поделе у друштву које могу да створе отворене конфликте; како могу да се објасне историјске разлике у друштвеној организацији које стварају неједнакости; која врста трансформације је потребна да би се уклониле економске поделе и експлоатација у капиталистичким друштвима (Wright, 2002:2-4).

---

<sup>2</sup> Са овог становишта тврди се да су културни укуси и потрошња „пресликани“ на класну лествицу, то су такозвани „хомологни аргументи“.

Са становишта које негира постојање класних подела као и могућност класне анализе савременог друштва, тврди се да су друштва данас мултидимензионална и да су хијерархије конструисане према различитим пољима друштвеног живота (раса, порекло, политика, култура, род, итд) и ниједна од њих није кључна у стварању општих неједнакости, подела и друштвене динамике. Главни представници овог правца су Пакулски и Вотерс (Pakulski and Waters, 1996), Лаш (Lash, 1990) и Бауман (Bauman, 1992). Пакулски и Вотерс тврде да основне претпоставке о класама, на основу емпиријских података, нису утемељене у стварности: класе нису фундаментално економски феномен (власништво и положај на тржишту рада нису фундаментални принципи структурирације и организације друштвених група); класе нису основни облик организације друштвених група које, као такве, показују међусобну неједнакост и дистанцу; припадност одређеној класи не утиче каузално на политичко опредељење, животне изборе и стил живота, праксе у васпитавању деце, приступ образовању, шансама за боље психо-физичко здравље, итд.; класе нису потенцијални носиоци друштвене акције која се свесно усмерава ка друштвеним променама (Pakulski and Waters, 1996:669-671).

Са друге стране налазе се теоријски концепти који појам класе имају као основно аналитичко средство у тумачењу друштвених неједнакости, па и друштвених промена. Разлике између схватања појма класе виде се у одређивању основних карактеристика класа: за неовеберијанце (ослонац имају у Веберовој дистинкцији између класе и статуса) карактеристично је да класу одређују као ентитет чији чланови заузимају одређену позицију на тржишту рада, а за неомарксисте (ослонац на Марковом поимању класе) карактеристично је да класу схватају као структуру која почива на одређеним односима у производњи (и формира се према власништву или не-власништву над средствима производње, степену контроле и аутономије). Све у свему, основни принцип по ком се формирају класе јесте економски, тј. друштвене класе су економске категорије и имају утицаја на сва остала поља друштвеног живота. Главни представници ове две позиције у схватању класа су: Голторп (Goldthorpe, 1980), који се афирмисао у емпиријским истраживањима класа и статуса, и развио познату не-хијерархијску класну шему, разрађивану у дугогодишњим истраживањима о вертikalној друштвеној покретљивости и повезаности класа и статуса са различитим пољима друштвеног живота, као што су пријатељство, брак, економске шансе, културна потрошња, политичка опредељења, итд. (Goldthorpe, 1980; Erikson and Goldthorpe, 1992; Chan and Goldthorpe, 2010), и Рајт (Wright, 2002) који афирмише класну хијерархију и однос доминације и експлоатације у класној структури.

Западна социологија, нарочито емпиријска социологија у Британији, ослања се у великој мери на концепт о друштвеној стратификацији у чијем су средишту

професије. Голторпова схема класа укључује, као индикаторе класног положаја, положај на тржишту рада и статус запослења (*employment status*). Класна структура се конципира према односима у друштвено-економском животу, што значи да је примарна линија класне диференцијације постављена између послодаваца, samozапослених и запослених. Да би се даље диференцирала, јер је данашње друштво посебно уситнило групу запослених (*employees*), уведен је индикатор радних уговора и услова рада као што су сигурност посла, стабилност зараде, могућност напредовања, итд. Ова схема има укупно седам категорија класа, при чему се наглашава да није хијерархијски постављена, мада Голторп каже да појединци припадници одређене класе могу да буду у бољем или лошијем положају у односу на другу класу, али само ако се то посматра у односу на поједине категорије и услове рада. Тако се, на пример, један службеник у банци може похвалити већом зарадом од samozапосленог електричара, али је његов посао несигурнији од овог другог, итд. (Goldthorpe, 2007:514). Класна схема изгледа овако: Класа I састоји се од стручњака, администартора и менаџера вишег нивоа, Класа II су стручњаци, техничари, менаџери и надзорници нижег нивоа за службенике, Класа III су углавном службеници и сервисни радници у немањуелним занимањима, Класа IV су ситни предузетници, Класа V су техничари нижег ранга, или како их популарно називају елита плавих оковратника, Класа VI је сачињена од квалификованих мануелних радника, и, Класа VII су полуквалификовани и неквалификовани мануелни радници. На овај начин, класе се схватају само као категоријалне варијабле које нису хијерархијски постављене, и следећи Вебера, класе су „одређен број људи који имају једнаке животне шансе“ према положају на тржишту рада и, у производњи.

Карактеристично за емпиријску социологију данас јесте то, да се наглашава разлика између класе и статуса, при чему се тврди да статус хијерархизује друштво и друштвене групе. Голторп и сарадници наглашавају разлику између друштвене класе и друштвеног статуса, опет на Веберовом трагу, и дефинишу статус и статусну лествицу као структуру односа супериорности, једнакости и инфериорности између појединаца, а који се огледа у животним стилевима и животним приликама. Чен и Голторп (Chan and Goldthorpe, 2007) су емпиријски доказали постојање статусне лествице у Британији, при чему је основни индикатор статуса професија и блиско пријатељство које несумњиво указује на односе базичне једнакости између појединаца када ступају у односе блиског пријатељства. На основу података прикупљених у националној анкети у Британији, показало се да припадници одређене професије имају блиске пријатеље углавном међу својом професијом, а корелација између пријатељства са једне, и прихода и образовања са друге стране, није била посебно висока. Показало се да је хомогеност статусних група различита у класама, па је, на пример, у Класи I и Класи VI изразито висока статусна хомогеност, док је у Класама II и IV унутрашња

статусна стратификација међу групама професија јасније изражена. Животни стил припадника одређене статусне групе, као основни индикатор статуса, дефинише границе и поставља маркере укључивања и искључивања чланова у статусну групу. Класе, са друге стране, показују велики утицај на економске животне шансе (ризик од незапослености, варијабилност зараде, дугорочне пројекције стабилности висине зараде), и наравно на услове рада и запослења. Може се приметити да приступ који предлажу Голторп и сарадници упућују истраживача да јасно разликује класну од статусне друштвене поделе. Међутим, анализирајући, односно упоређујући њихове формиране лествице класа и статуса, види се да заправо и не постоји некаква оштра линија раздвајања. Иако наглашавају да су ове поделе хоризонталне, тј. да нису релационе и сукобљене (у класном смислу), да нису хијерархијски постављене, поставља се логично питање смисла. Да ли је смисао друштвене поделе коју они предлажу да покаже да данашња развијена друштва не пате од класних сукоба и раздвајања, или је смисао да се одради само што прецизнија емпиријска диференцијација? Чини се да се оваквим приступом понешто и прикрива, да се можда прикривају латентне друштвене поделе и сукоби.

Са друге стране, Рајтова класна анализа полази од марксистичког концепта класе. Класа се дефинише као однос, са једне стране, и као структура, са друге. У односу на количину права/моћи (у пренесеном смислу власништво у производњи, са две класе, власници производних средстава и власници радне снаге) над производним ресурсима стварају се и репродукују класни друштвени односи. Постоје само „они који имају“ и „они који немају“, варијације могу само да буду квантитативне, никако квалитативне, када се говори о дистрибуцији популације у оквиру класних категорија. Емпиријска истраживања су створила потребу да се класе операционализују како би се могла мерити дистрибуција појединаца по класама, па је класна локација место појединца у класној структури које показује његов однос према средствима за производњу. У капитализму постоје две класе, капиталисти и радници. Међутим, овако поједностављена схема није прецизна за емпиријско одређивање врсте и броја класних фракција, па је Рајт увео критеријум степена одлучивања (овлашћења) који послодавац има у односу на запослене. Степен одлучивања представља специфичан облик дистрибуције права/моћи над процесом производње.<sup>3</sup> Класне локације (позиције) могу бити још и двоструке, привремене, породичне и стратификоване. Рајт је конструисао

---

<sup>3</sup> На пример, менаџери у корпорацијама имају одређену количину моћи над капиталом, јер одлучују у процесу запошљавања и отпуштања запослених, одлучују о новим технологијама и променама у процесу рада, па у том смислу заузимају позицију капиталиста у класном односу. са друге стране, не могу да продају предузеће или фабрику и конвертују добит у своју личну, а могу бити и отпуштени, ако је власник незадовољан њиховим радом, па их то смешта у радничку класу у класном односу. Ову позицију Рајт назива „контрадикторном класном позицијом“.

класну схему од дванаест категорија у којој су две основне класе (власници и радници) подељени на фракције: власничка класа има три подгрупе – буржоазија, мали послодавци и samozапослени, а радничка класа има девет подгрупа – стручњаци менаџери, стручњаци надзорници, стручњаци, полуквалификовани менаџери, полуквалификовани надзорници, полуквалификовани радници, неквалификовани менаџери, неквалификовани надзорници, пролетеријат. Радничка класа је стратификована у односу на количину организацијских (управљачких) ресурса и висину образовања (знања). Рајт је конструисао и посебне схеме историјских облика друштвене репродукције, па је тако, на пример, схема за социјализам подељена на две основне класе које чине стручњаци, са једне стране, и радници са друге. Основна идеја је да се класни односи стварају према основном ресурсу (имовини) који је неједнако расподељен у друштву, па су у капитализму основни ресурси средства за производњу, а у социјализму знање, односно образовање (Wright, 2002). Рајт сматра да његова теоријска схема пати од недостатака који би се очигледно показали у пракси. Недостаци су операционализација кључних показатеља класне припадности који су теже мерљиви код практичног прикупљања грађе. И, како Голторп можда прикрива суштину класне поделе друштва инсистирајући на емпијској прецизности, Рајт жели да покаже праву слику друштвених неједнакости, али емпијски му је то донекле неухватљиво.

Донекле солидно решење овог проблема, постоје ли класне поделе и како их у пракси потврдити, пронашао је Бурдије, уводећи појам хабитуса, и разликујући врсте људског капитала. На трагу Веберовог одређења класе и друштвеног статуса, Бурдије сматра да је контраст између ова два појма само у врсти капитала којима се располаже, па је тако статус симболички израз класе која је материјална (економска). Класна анализа мора да се врши симултано, економски односи иду заједно са симболичким односима међу класама. Разлике у статусу су само манифестација класних разлика (Weininger, 2002:121). Бурдијеовска замисао о класи подразумева да треба кренути од емпијске анализе у којој се класе постављају према „класном хабитусу“. Када покушава да објасни комплексну друштвену динамику у дијалектичкој међузависности између друштвених актера и спољних друштвених структура, Бурдије користи појам хабитус- који је посредник између стратификованог друштвеног простора, између поља и актера. Основни аргумент гласи да су сви актери који су социјализовани у сличним класним околностима, процесом социјализације, усвајањем сета сличних диспозиција, стекли одређени начин размишљања, понашања и реаговања и да слично процењују и разумеју друштвене околности. Ово је веома важно јер ове диспозиције касније у животу у великој мери одређују стил живота, навике, укусе, циљеве итд. Тако су усвојене диспозиције заправо оно што Бурдије назива хабитусом. Класна позиција је повезана са стилем живота, а индивидуа која се налази у одређеној класној позицији поседује специфични идентитет који струк-

турише њен систем интерпретације животних шема. То значи да сви припадници исте класе имају сличан систем шема јер су одрасли у сличним животним условима. Бурдије каже да, иако су појединци слободни да доносе одлуке и у томе су донекле аутономни, они ипак функционишу под утицајем стеченог хабитуса, тј. имају сличне одлуке, понашање, и вредности као и припадници њихове класе. Систем специфичних класних диспозиција стечених током живота индивидуе у њеној класној ситуацији, појављује се као хабитус у много различитих сегмената свакодневног живота, као на пример, у избору одеће, намештаја, провођења слободног времена и одмора, часописа, итд. То је повезано са чињеницом да се култура сваке посебне класе која је интернализована у појединца током његовог живота, рефлектује низом вредности развијених као одговор на специфичне животне ситуације чланова те класе. Касније ће у тексту бити више о Бурдијеовом концепту везе између културне потрошње и класног положаја, сад само треба указати на основни концепт класне поделе друштва: друштвене класе се деле према количини капитала који поседују, капитал има свој израз у економском капиталу и културном (симболичком) капиталу. Практично, постоје само две класе - доминирајућа класа и радничка класа (виша и нижа класа), између те две основне класе стоје класне фракције које су израз преклапања професионалних категорија, као што су ситни предузетници, техничари, секретари, учитељи, наставници, које он назива ситном буржоазијом (*petty bourgeoisie*). У оквиру доминантне класе, на пример, постоје занимања која су у односу на врсту капитала којим чланови располажу различито постављена, па је тако културни стваралац или професор на универзитету неко ко располаже са много културног капитала али мало економског, док, на пример, велики предузетник или индустријалац располажу са много економског али релативно мало културног капитала. Преклапајући слојеви су исто тако подељени у односу на поседовање капитала, па, на пример, мали предузетник или samozапослен, са једне стране, и учитељи са друге имају различите врсте капитала, док су тотално у средњој позицији техничари, службеници и секретарице. (Weininger, 2003:124-126). Чини се да је део теорије који се најчешће оспорава код Бурдијеа, онај који се односи на културни капитал, и мерење културног капитала. Појам културног капитала је донекле неухватљив. Емпиријски орјентисани социолози критикују овај концепт јер сам Бурдије нигде није јасно рекао који су то операционални индикатори културног капитала, тј да ли се та врста капитала мери само степеном образовања, или још нечим конкретним, неким другим формалним ресурсом. Сам Бурдије је овај појам користио када је истраживао постигнуће ученика у школи, па се социолози орјентисани његовим истраживањима служе њиме када раде слична истраживања (Vryonide, 2007; Katsillis and Rubinson, 1990).

У овом делу текста поменули би још једну теоријску опцију, која би се могла сврстати ближе неомарксистичкој, с обзиром да класну поделу друштва дефинише преко поделе рада која се врши у односу на контролу доминантних начина производње друштвеног живота (у области власничких односа, државне власти и културе). Лазић (2011:25-56) нуди концепцију у којој је друштвена класа, не само део структуре, већ је и делатни актер друштвених промена и кретања. Истовремено, класе се не могу одредити исто на различитим нивоима апстракције, тако да предлаже четири нивоа анализе: глобални оквир начина производње друштвеног живота (феудализам, капитализам, социјализам, итд.); оквир друштвеноисторијског система (капиталистичко друштво, социјалистичко друштво, итд.); конкретно-историјски оквир друштва (америчко капиталистичко, југословенско социјалистичко друштво, итд.); оквир свакодневног живота појединца који је припадник одређене класе. На сваком од ова четири нивоа класе се дефинишу различито, тако су на најопштијем нивоу класе групе које се формирају на темељу глобалне поделе рада и у антагонистичком су односу због контроле над условима репродукције доминантног начина производње друштвеног живота, односно над ресурсима (земља, капитал, знање, итд.). На нижем нивоу анализе, класе су групе чији су припадници или носиоци или су лишени контроле над својном, политичком моћи и културним ресурсима. На трећем нивоу, класе су подељене на слојеве, фракције, који располажу различитим врстама и количинама капитала (економским, културним и политичким). Последњи, микросоциолошки ниво анализе, класе одређује као групе појединаца који у сличним животним околностима имају приближно једнаке животне шансе и обрасце понашања (животни стил). Носилац класног положаја је домаћинство, а не појединац, а у оквиру домаћинства појединац са највишим положајем. Операционализација појма класе своди се на индикаторе радног места (не професија, као код Голторпа, на пр.) и степена образовања појединца (Лазић, 2011:132).

Дакле, у зависности од тога како истраживачи концептуализују друштвену стратификацију, и како је третирају у емпиријској анализи културне потрошње и стратификације, добијају се и различита тумачења порекла и репродукције ове појаве, као што ће се видети у даљем тексту.

### **Истраживања о културној стратификацији**

Савремене теорије које повезују друштвену са културном стратификацијом, односно са културним праксама и укусима одређених друштвених група, могу се условно поделити у три групе (подела преузета од Chan, Goldhorpe: 2010). Прва група теорија доводи у тесну везу положај појединца на хијерархијској лествици друштвене стратификације са његовим културним капиталом, односно са културном потрошњом и укусом. Културни капитал се формира под утицајем



статусног и класног положаја појединца, односно друштвене групе, класе. основна идеја је да постоје “доминантна” и “нижа” културна пракса, које кореспондирају са истим положајем у класном друштвеном систему. Условно, ову групу теоријских аргумената можемо назвати хомологним, у том смислу што подразумевају *сличност* између културног и друштвеног положаја. Најутицајнији аутори који заступају ово гледиште су Ганс и Бурдије.

Деведесетих година прошлог века, јача струја која првенствено долази из САД, која на бази критика Бурдијеовог рада нуди заокрет у тумачењу културне стратификације, односно културне потрошње и укуса. Ова струја своје претходнице има донекле у истраживањима масовне културе (према: Chan, 2010:5), која су показала да културна потрошња нема јачу корелацију са друштвеним положајем, односно да постоји велика разноликост у културним стилovima и укусима у свим друштвеним слојевима, вишим, средњим и нижим. У том контексту, нови приступи тумачењу и објашњавању везе између културне и друштвене стратификације имају још два аргумента. Оба аргумента заснивају се на карактеристикама савремених пост-индустријских друштава, која су специфична по порасту средњег слоја становништва, односно по нестајању класа и класних баријера. Аутори који заступају ова теоријска становишта полазе од претпоставке да пораст животног стандарда, велика географска и социјална мобилност, и повећана свест о другим разликама као што су, раса, пол и друге, имају пресудан утицај на избор културне потрошње, укуса па и стила живота.

Друга струја (у оквиру контра-аргументације о хомологији класе и културне потрошње) би се могла назвати индивидуалистичком, и најзначајнији представници су Гиденс (према: Chan, 2010:6), који у крајњој линији сматрају да се у савременом друштву дешавају толико брзе промене, и толико је повећана општа потрошња, да културна потрошња и укуси постају лична ствар појединца који је у могућности да формира свој властити културни укус, као израз индивидуалности, независно од свог друштвеног положаја.

Трећа теоријска струја полази од емпиријских података који упућују на стварање нових културних формација (груписања), и који показују да припадници више класе нису искључиви у изборима културне потрошње и стварању културног укуса који би био карактеристичан за њихову класу, као доминантну. У том смислу постоје поделе на “омниворне” и “униворне” групе које су растркане по друштвеној лествици, и не показују хомологију (подударање) између класног (стратификацијског) и културног положаја. Нов правац у истраживањима у том смислу развио је Ричард Петерсон (Richard Peterson) и његови сарадници (Peterson and Kern, 1996).

Од два аспекта културне партиципације: културне производње (бављење уметношћу аматерски или професионално, или бављење хобијем) и културне

потрошње (посете културним установама, догађајима и манифестацијама, са једне и коришћење уметничких и културних садржаја са друге стране), проучавања културне потрошње су много раширенија. Разлози за то су очигледни: за разлику од културне производње, у активностима културне потрошње учествују готово сви чланови друштва. Управо зато она има значајне последице на социјалне процесе, а имајући у виду њене економске ефекте, културна потрошња представља значајно поље интересовања за културну индустрију и културне институције (Цветичанин, 2007: 10).

У класичним социолошким истраживањима испитује се веза између културне потрошње, односно конзумирања објеката исте, и друштвених облика груписања (класе, сталежи, пол, старост, итд.), и на тај начин се формира културна стратификација. Већина студија културне партиципације испитује јавну и приватну културну потрошњу, а мање културну продукцију. Акцент се ставља на актуелно понашање у области културне потрошње, што се може назвати културним навикама. Други моменат културне потрошње био би мотивациони, односно онај који креира жеље, склоности и интересовања, и одговара културним потребама.

Културна партиципација и потрошња, као један њен сегмент, врше се у одређеним доменима културе, па се истраживања одређују за једну или неколико културних области. Културна статистика мери културне активности према областима, а добар пример су Еуростатове студије културне статистике рађене у оквиру Европске Уније.

У делу *Дистинкција: социјална критика суда укуса* Бурдије (Bourdieu, 1984) тврди да култура и културна потрошња доприносе репродукцији класног система у савременим друштвима. Друштвене класе показују различите обрасце културног укуса и потрошње као део њиховог карактеристичног животног стила, чији је део између осталог, начин и обрасци материјалне потрошње (хране и одеће, на пример). Унутрашња конзистентност и демаркациона линија између класа, производ је и израз хабитуса одређене класе. Хабитус је систем диспозиција који чланови класе, појединци, стичу путем социјализације у примарној породици, и има јак утицај на њихове перцепције и праксе. Не постоји само економски капитал, већ постоји и социјални и културни капитал. Помоћу културног капитала, на пољу културе (као и помоћу економског на пољу економије) виша класа користи свој културни капитал у циљу одржања своје доминантне позиције (Chan, Goldthorpe, 2010:2). Бурдије разликује три врсте укуса: легитимни укус, наклоност ка делима врхунске уметности, који расте са нивоом културног капитала, односно са висином образовања; 2) осредњи укус који преферира најбоља дела популарних уметности и који је присутнији у средњим класама него у радничкој класи; и 3) популарни укус, чији носиоци показују склоност ка делима

делима популарне уметности која немају уметничке вредности, а најраспрострањенији је у радничкој класи и обрнуто пропорционалан је висини образовања (Цветичанин, 2007:15).

Херберт Ганс (Herbert Gans) је у својој књизи *Популарна култура и висока култура: анализа и евалуација укуса* (1999) навео да нема једноставне корелације између укуса и виших и нижих класа, али да је избор врсте уметности и забаве пресудно одређен расположивим социо-економским ресурсима, материјалним и симболичким. Ганс разликује пет типова култура укуса: висока култура, виша-средња култура, нижа-средња култура, ниска култура и квазифолкорна ниска култура укуса. Ови типови укуса нису хијерархијски распоређени, већ само пресликавају друштвену позицију својих носилаца. Висока култура је карактеристична по томе што су у њој креатори и критичари и публика која дели стандарде и перспективе стваралаца. По образовању су високообразовани, припадају вишој или вишој средњој класи и имају занимања која припадају цењеним професијама. Виша-средња култура је заступљена у вишим средњим слојевима америчког друштва. Њени припадници углавном конзумирају она дела високе уметности која постану популарна. Нижа-средња култура је најмасовнија култура америчког друштва. Заступљена је у средњим и нижим-средњим социјалним слојевима. Нижа-средња култура укуса је највише обухваћена у масовним медијима. Ниска култура је култура старијих нижих-средњих класа и посебно квалификованих и полуквалификованих радника. Квази-фолкорна ниска култура укуса је мешавина фолкорног и комерцијалног укуса. заступљена је међу сиромашним, неквалификованим мануелним радницима, углавном руралног порекла, основног образовања.

Петерсон (Peterson) сматра да теза о масификацији и хомогенизацији културне потрошње није тачна, иако је данас тешко уочити јасну везу између друштвене класе и културног укуса. Сматрао је да се не може наћи ни емпиријска потврда о постојању дистинкције између високог, средњег и ниског укуса, или културног обрасца (Highbrow, Middlebrow, Lowbrow). У студији *Разумевање подела у публици: од елите и масе до омнивора и уновора* (1992) Петерсон каже да се данас, у Америчком друштву, елита одликује конзумацијом не само елитних културних форми, већ и шароликим и широким спектром популарних и масовних културних садржаја. Разноликост укуса и активности елите представља термин омнивори. На дну пирамиде су групе чији припадници имају низак друштвени статус, узак избор културних активности и релативно хомоген (једномеран) укус, и они се називају унивори. Омнивори су отворенији за различите културне праксе, за разлику од унивора који су хомогени у избору културних садржаја, што се објашњава савременим друштвеним променама, ширењем приступа образовању, масовним медијима који приближавају културе, порастом животног

стандарда, већом географском мобилношћу. Подела на омниворе и униворе односи се на групе, а не на појединце, у односу на статусну лествицу, тако да су неке статусне групе омниворне, а неке униворне.

Истраживања о друштвеној стратификацији културне потрошње из три домена – музике; визуелне уметности; и, позоришта и биоскопа, која су радили Чен, Голторп и сарадници (2007 и 2010), показала су да културна потрошња у Енглеској није стратификована хијерархијски, тј. од елите до масе. Прикупљени подаци анализирани су тако што је прво урађена фреквенција различитих типова и образаца потрошње, да би се утврдили типови потрошача културних добара и садржаја (одласци у музеје, позориште, концерте класичне музике, концерте популарне музике, биоскопе, читање књига, часописа, итд.), затим су помоћу регресионе анализе испитане везе између ових типова и других социодемографских карактеристика испитаника (пол, старост, брачни статус, место становања, образовање, припадност класи, приход, статус професије). Анализа података указала је да није могуће идентификовати културно потрошачку елиту која се од осталих разликује јер конзумира „више“ културне форме, док уједно одбацује оне „ниже“, тј. популарне садржаје. Другим речима, није уочена хомологија између културне и друштвене стратификације. Са друге стране, уочена је линија раздвајања између културних „омнивора“ и „унивора“ о којима говори Петерсон (1996). Први имају релативно висок ниво у културној потрошњи свих жанрова, док су последњи ограничени само на популарне. Карактеристично је да је веза између културне потрошње и статуса јаче изражена него између потрошње и класног положаја, или неких других социјалних и демографских карактеристика (Chan and Goldthorpe, 2007:523).

Компаративна истраживања у области стратификације културне потрошње још увек су релативно ретка, за разлику од истраживања у области друштвене покретљивости, или неједнакости у образовању, на пример. Једно од тих истраживања спроведено је у неколико земаља за последњих пар година, а прикупљени подаци анализирани су у студији *Друштвени статус и културна потрошња* (Social Status and Cultural Consumption, T.W.Chan, editor, 2010). Студија је обухватила шест земаља: Сједињене Америчке Државе, Енглеска, Чиле, Холандија, Мађарска и Француска. Иако су појединачна истраживања рађена под руководством различитих истраживачких тимова, почетни теоријски концепт и истраживачке методе уједначене су ради лакше анализе података. Теоријски, и, консеквентно емпиријски, направљена је јасна дистинкција, на Веберовом трагу, између класе и статуса, као две квалитативно различите форме друштвене стратификације. Испитана је корелација између статуса, класе, образовања и прихода, са једне стране и, културне потрошње, са друге. Као што је раније у тексту речено када се говорило о Голторповој концепцији, класна структура се схвата

као структура друштвених односа у економском животу (односи на тржишту рада, у производњи и запослењу). Тако су послодавци диференцирани од самозапослених и радника, а радници се разликују и према томе да ли имају стални приход (плату) или су плаћени по обављеном послу (хонорар, надница, дневница). Овако схваћене, класе су групе људи који имају заједничке животне изгледе (шансе). Статусне групе везују се за различите стилове живота. Појединци са сличним животним стилем углавном припадају истим професијама, баве се сличним занимањима, и стварају кругове блиских пријатељстава међусобно. На основу ове поставке, формиране су статусне скале, и тестирана је повезаност културне потрошње са статусном позицијом. Статусна лествица првенствено је заснована на занимањима, па су тако занимања подељена грубо на мануелна и немауелна, менаџерске и стручњачке послове. На нижим позицијама су мануелни послови, затим менаџерски послови у мануелним занимањима (индустрија и трговина), па немауелни послови (секретари и службеници), затим немауелни стручни послови, и професионалци. Скала статуса формирана је у свих шест земаља, и унеколико се разликује од земље до земље, али генерално се горњих двадесет процената и доњих двадесет процената увелико поклапају – на врху су стручњаци и менаџери у немауелном сектору – финансије, управа предузећа, итд., а на дну лествице су мануелна занимања као што су физички радници, ситни пољопривредници, послуга, улични трговци, итд. На средини скале су занимања као што су чиновници, секретари, продавци у трговинама (горњи део), па возачи, помоћници у услужним занимањима, менаџери у великопродаји, а на доњем средишњем делу лествице су механичари, електричари, чистачи, портири, и други квалификовани мануелни радници (Chan, 2010:33). Скала статуса показала је променљиву везу са факторима образовања и прихода, па су статус, образовање и висина прихода нешто слабије повезани у Британији, Чилеу, Мађарској и Холандији, док у САД, образовање и висина прихода објашњавају више од деведесет посто варирања на скали друштвеног статуса. Да не би улазили у детаље анализе везе између класе и статуса, рећи ћемо само да су емпиријски подаци показали мање варијације између САД, Британије и Холандије са једне (преклапају се статус и радничка класа и статус и горња класа), и Мађарске, Чилеа и Француске са друге стране (преклапају се статус и класа значајно). Анализа повезаности културне потрошње и статуса, класе, образовања и прихода показала је највећу корелацију између скале статуса и културне потрошње, при чему су тестирали три теоријска аргумента: индивидуалистички, хомологни и омнивор-универ аргумент (који су објашњени раније у тексту). Најмању емпиријску подршку добила је концепција по којој је културна потрошња искључиво индивидуална ствар, и на њу не утиче друштвена структура чији су заступници Бек, Гиденс и Бауман. Аргументи о хомологији између друштвене и културне

хијерархије (Ганс, 1999; Бурдије, 1984) нису емпиријски потпуно потврђени, у том смислу што није утврђено да постоји елита која искључиво конзумира високу културу, већ они који конзумирају садржаје високе културе уједно конзумирају и популарне садржаје. Само је у Мађарској евидентирано постојање културне елите, тј. око десет посто оних који конзумирају искључиво културно ексклузивне садржаје. Најјачу емпиријску подршку добила је концепција о омнивор-унивор културним обрасцима потрошње, што значи да, у свих шест земаља, највише котиране друштвене групе по критеријумима образовања, прихода, класног и статусног положаја, заправо конзумирају шаролике културне садржаје - високе културе, популарне, па чак и оне садржаје који су по дефиницији приписани средњем и нижем културном укусу. Замерка која би се могла упутити интерпретацији резултата овог истраживања првенствено се односи на поделу културног укуса потрошача и њихову дистрибуцију на лествици статуса, што би конкретно значило да резултати који показују омниворност оних који узимају више статусне положаје могу бити објашњени тиме да се заправо, они који имају више образовања, новца и мобилнији су, имају уједно и отворенији став према културним и естетским садржајима. Ако би омниворност била нова форма друштвене дистинкције, контраст између теоријске позиције о хомологији и омнивора-унивора изгубио би на оштрини. Још једна примедба играла би значајну улогу у критици саме поставке о утицају класне структуре или статусне структуре на културну потрошњу – класна и статусна лествица су заправо хомологне, односно преклапају се у великој мери. На тај начин би се стварање и одржавање културних образаца (укуса и потрошње) које имају поједине друштвене групе, могло објаснити припадношћу одређеној класи. Аутори студије сматрају да иако су класа и статус у значајној корелацији, они ипак нису мера за исто, класа мери економске и животне шансе, а статус мери стил живота, укусе и навике (Chan, 2010:49).

Студија коју је радила Кац-Геро (Katz-Gerro, 1999), на узорку добијеним из пет земаља - Италије, Израела, Немачке, Шведске и САД, показала је да је класни положај донекле повезан за културним укусима и потрошњом, али се разликује између земаља из узорка. Посебно је анализирана веза између високог класног положаја и високог (highbrow) културног укуса. Индикатори културне потрошње и укуса нешто су шири у односу на претходно приказано истраживање: активности у слободном времену (друштвено орјентисане или кућно орјентисане – на пример, спортске активности, одлазак на пецање, у лов, вртарство, посета ауто тркама, гледање тв програма, читање, одлазак у биоскоп, итд.), и дистрибуција музичких преференци (рок музика, блуз, поп, реп, фолк, итд.) (Katz-Gerro, 1999:631). Узорак је изабран према критеријуму националне економске државне стратегије, односно утицаја државе благостања (welfare state), а ових пет земаља

представља пет различитих типова у том смислу – Шведска има јаку социјалну државу, која улаже много средстава у социјалну помоћ како би умањила социјално економску неједнакост; Израел представља релативно обухватну социјалну државу са израженим етничким и религијским поделама, док су класне поделе релативно нов феномен; Немачка и Италија имају релативно слабу државу благостања, и више су окренуте тржишној економији са слабијим улагањима у социјалну сферу (Katz-Gerro, 2002:212). Друштвене класе су подељене према занимањима (occupational class) на: стручњаке, чиновнике, менаџере, ситне предузетнике, квалификоване и неквалификоване раднике. Класе су хијерархијски постављене. Занимљиво је да резултати истраживања указују на још неке друштвене чиниоце који, мада у мањој мери, осим класног положаја, утичу на стратификацију културне потрошње и укуса, то су - етничка, родна, религијска и расна припадност. Ово иде у прилог аргументацији о индивидуализацији културне потрошње, додуше само у оним националним државама које имају јак социјални програм.

О утицају државе благостања писао је Алан Вард критикујући Баумана и његову тезу о заведеним и потиснутим потрошачима у савременом друштву од стране државе, и, заступајући став да је модерна држава управо онај актер који својим деловањем у социјалној сфери настоји да ублажи класне разлике и уједначи тржишне могућности потрошача (Warde, 1994). Замерка која би могла да се упуту овој студији односи се на укључивање више могућих чинилаца који утичу на културну стратификацију без назнаке који је од њих заправо кључни у стварању неједнакости. Тако се, рецимо, култура појединих нација (културна баштина и културне навике нације) користи као чинилац који објашњава обрасце културне потрошње и разлике међу њима, или се, са друге стране, мери утицај религиозности на културну потрошњу и објашњава се независно од других индикатора, итд. Истраживање је емпиријски потврдило дистинкцију између конзумената високе и ниске културе, али није указало и објаснило који су кључни друштвени чиниоци у настајању и одржавању такве поделе, а друштвене класе су само један од постојећих извора дистинкције културних укуса и потрошње.

Милена Драгићевић Шешић у књизи *Неофолк култура* (1994) разликује пет типова културних модела у српском друштву 90-их година прошлог века: 1) доминантни културни модели, 2) културни модели масовне културе, 3) нормативни културни модели, 4) традиционални културни модели, и 5) маргинални културни модели. У овој подели популистички културни модел припада моделима масовне културе. Његове карактеристике: наглашава статусни стил живота, наглашава потрошњу, забаву и идентификацију са властитом референтном групом. Основни канали комуникације су нова народна музика, домаћи филмови, женска штампа, итд. Новокомпонованој култури припадају најшири слојеви станов-

ништва. Неофолк култура јесте масовна култура коју чине једнообразне форме забаве, творевине углавном нижих уметничких вредности, чији садржаји по правилу почивају на стереотипу.

Компаративна студија о културној стратификацији, рађена на домаћем терену указује на обрасце културне потрошње и везу са друштвеном стратификацијом карактеристичном за домаће национално културно и друштвено окружење. Аутор студије Предраг Цветичанин (2007), анализирао је културне навике и укусе грађана Србије и Македоније, у односу на њихово социјално порекло, пол, старост, образовање, занимање, етнички и религиозни идентит, вредносне и естетске орјентације и знање, економску и потрошачку моћ, порекло, место рођења и становања, приход по члану домаћинства, итд. У овом истраживању индикатори културне потрошње односили су се на активности у слободном времену (друштвено орјентисане и кућно орјантисане – спорт, дружење, читање, слушање музике, баштованство, коришћење компјутера, одлазак на концерт, у галерију, биоскоп, позориште, кафић, дискотеку, итд.), телевизијске садржаје (информативне програме, спортске, музичке, филмове, документарне, итд.), број књига (у кућној библиотеци, прочитаних у последњих годину дана), музичке садржаје (врсте музике – народна, поп, рок, итд.). С обзиром да се данашње друштво Србије и Македоније не може у целини третирати као постиндустријско и модерно, и да не постоји држава благостања у правом смислу те речи, аутор је теоријски поставио истраживање у класичном социолошком правцу, тј. испитивао је основне социолошке варијабле (као што је наведено). Професионални статус (као статус према професији) одређен је према групама занимања (пољопривредници, радници, средњеслојна занимања и стручњаци, руководиоци и власници), а класни (тржишни) положај према фактичком радном месту. Ослањајући се на Бурдијеву концепцију о хомологији класе и културне потрошње, као и на Гансову дистинкцију високог, средњег и ниског културног укуса (тачније има пет варијација укуса), и користећи Петерсонову поделу на омниворне и униворне групе у оквиру друштвене стратификације, дошло се до закључка, на основу резултата истраживања, да су у актуелном тренутку у Србији и Македонији, културна потрошња и културне навике грађана под изузетно снажним утицајем социјалног порекла, образовања и припадности одређеном занимању, односно класног положаја. Испитане су и хипотезе о утицају примарне социјализације, са једне стране, и културне адаптације, са друге, на формирање културног укуса и навика. Ове две хипотезе не искључују једна другу, већ се мери њихова јачина утицаја. Културна адаптација схваћена је као процес идентификације са друштвеним групама којима се припада и успостављање симболичких граница према групама у односу на које се жели поставити јасна разлика (Цветичанин, 2007:79). Обе тезе део су ширег теоријског концепта о хомологији класа и културне пот-



рошње. Тестирање хипотеза показало је да најраније детињство и актуелни друштвени положај испитаника имају подједнако јак утицај на формирање културног укуса и навика, и уз материјални положај утичу на културну потрошњу. Постојање стратификације културне потрошње и културних укуса у Србији и Македонији, указује, по речима аутора, на процес класног сукоба (у смислу симболичке борбе), у којем супротстављене класе нису елита и остатак, већ средњи слој и нижи слојеви. Овај сукоб одражава се преко настојања средњег слоја да се културно (симболички) издвоји, и постави јасну границу према нижим слојевима. У том процесу средња класа, на основу поседовања културних ресурса, ограђује се од радничке класе, не само у професионалном, економском, већ и у културном домену.

Истраживање *Друштвени и културни капитал у Србији* реализовано је у периоду 2010-2011 уз финансијску подршку Regional Research Promotion Programme in the Western Balkans (RRPP). Фокус истраживања био је на утврђивању структуре дистрибуције различитих типова и под типова капитала, који представљају постојећу друштвену структуру у Србији. Такође је истраживано на који начин, односно које су индивидуалне и групне стратегије коришћења ресурса различитих типова капитала. Циљеви истраживања били су да се разграниче механизми и утврде основне разлике у коришћењу расположивих ресурса капитала (економски, и посебно друштвени и културни капитал). У теоријској поставци истраживања прихваћен је Бурдијеов концепт капитала са том разликом што је дефинисано да у Србији постоје два основна типа капитала, друштвени и културни капитал. Подаци су показали да постоји огроман раскорак између моралног дискурса о томе какво би друштво требало да буде и нормативног, чињеничног стања у којем се друштво Србије налази. Аутори су показали да је социјална подела под великим утицајем политике, и да се друштво дели на две групе: ми и они (ми: обични људи, они: политичари). Дакле, културна потрошња је под великим утицајем друштвене структуре, и свакодневне праксе произилазе из хабитуса (условљеног полом, старости, националношћу и религијском припадношћу). Утврђено је постојање друштвене поделе на: 1) јавни дискурс и 2) дискурс елите (политичке и културне).

### Закључак

Водећи аутори и главни социолошки правци у области истраживања културне стратификације ослањају се на теоријске концепције о класној или статусној стратификацији, било да их примењују или да их оспоравају. Оквирно су подељени у три групе: они који сматрају да класе у данашњем друштву постоје и играју важну улогу у објашњењу друштвених неједнакости – самим тим и у домену културне потрошње и укуса (то би били аргументи о хомологији, прекла-

пању класне и културне стратификације); они аутори и истраживачи који полазе од тога да је друштвена стратификација важан чинилац у формирању културне стратификације, али не према класном, већ према статусном положају, (аргументи о подели на омниворе и униворе имају чвршћу емпиријску подршку од подела на високу и ниску културу); трећу групу чине они који су заступници тезе о индивидуализацији културне потрошње и културних укуса која је последица експанзије робне производње, повећања животног стандарда, употребе масовних медија, конзумације популарне културе, итд., што практично значи да класна припадност не игра значајну улогу у формирању културних преференци, већ неки други фактори играју важнију улогу (етничка, родна, религијска припадност, старосне групе, географски положај, и др.).

Као што тврде Голторп и Чен међународна упоредна истраживања о културној потрошњи и стратификацији још увек су релативно мање развијена поља емпиријских истраживања (за разлику од компаративних студија социјалне мобилности, неједнакости у образовању, итд.), а разлог томе је неусаглашеност и нестандардизованост мера и података који су истраживачима на располагању (Chan, 2010:232). Истраживања о друштвеној стратификацији културне потрошње разнолика су и по својим резултатима и интерпретацијама, и чини се да то зависи од теоријског приступа истраживању (Goldthorpe, 2010; Katz Gerro, 2002; Gans, 1999; Bourdieu, 1984; Levine, 1988; Peterson, 1996; van Eijck, 2000; Emmison, 2003). Оно што је занимљиво, међутим, јесте чињеница да је у развијеним индустријским друштвима корелација друштвене стратификације са културном потрошњом и укусима слабије изражена (а ако јесте, онда је то у вези са статусом), него код оних друштава која су у процесу трансформације, односно транзиције (као што је Србија, Мађарска, Македонија, на пример) ка развијеном капитализму, код којих културна потрошња у великој мери зависи од класног положаја. Даље, свака национална држава има своје културне и друштвено-економске специфичности, па се уочене разлике у дистрибуцији културне потрошње могу објаснити и чиниоцима који делују из ових системских структура.

## ЛИТЕРАТУРА

- Bauman, Z. (1992). *Mortality, Immortality and Other Life Strategies*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction – a social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Chan, T. W. (ed.) (2010). *Social status and Cultural Consumption*. University Press. Cambridge.
- Chan, T. W. and Goldthorpe J. H. (2006). Social Stratification and Culture Consumption: Music in England. *European Sociological Review*. pp. 1-19
- Cvetičanin, P. (2007.) *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije*. Odbor za građansku inicijativu. Niš. OGI (elektronsko izdanje).
- Cvetičanin, P. (ur) (2012). *Social and Cultural Capital in Serbia*. Centre for Empirical Cultural Studies of South-East Europe. Nis.
- Dragičević Šešić, M. (1994). Neofolk kultura. Novi Sad.
- Emmison, M. (2003). Social Class and Cultural Mobility: Reconfiguring the Cultural Omnivore Thesis. *Journal of Sociology*. 39; 211.
- Erikson, R. and Goldthorpe, J. H. (2002). Intergenerational Inequality: A Sociological Perspective. *The Journal of Economic Perspectives*. 16(3). pp. 31-44.
- Gans, H. J. (1999). *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste* (revised and updated edition). Basic Books. New York.
- Goldthorpe, J. H. and Chan, T. W. (2007). Class and Status: The Conceptual Distinction and its Empirical Relevance. *American Sociological Review*. Vol 72, pp 512-532.
- Goldthorpe, J. H. (1980). *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. Oxford. Clarendon Press.
- Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*. 81(1). pp. 207-229.
- Katz-Gerro, T. (1999). Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities, Musical Tastes, and Social Location. *Sociological Perspectives*. 42(4). pp. 627-646.
- Katsillis, J. and Rubinson, R. (1990). Cultural Capital, Student Achievement, and Educational Reproduction: The Case of Greece. *American Sociological Review*. 55(2). pp. 270-279.
- Lazić, M. (2011). *Čekajući kapitalizam – nastanak novih klasnih odnosa u Srbiji*. Službeni glasnik. Beograd.
- Lash, S. (1990). *Sociology of Postmodernism*. Routledge.
- Levine, L. W. (1988). *Highbrow Lowbrow*. Harvard University Press.
- Nemanjić, M. i Spasić, I. (ur.). (2006). *Nasleđe Pjera Budijea*. Institut za filozofiju i društvenu teoriju. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. Beograd.
- Pakulski, J. and Waters, M. (1996). *The Death of Class*. Sage Publications. London. Thousand Oaks. New Delhi.
- Peterson, R. A. and Kern, R. M. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*. 61(5). pp. 900-907.
- Van Eijck, K. (1999). Socialization, Education and Lifestyle: How Social Mobility Increases the Cultural Heterogeneity of Status Groups. *Poetics*. 26. 309-328.
- Vryonides, M. (2007). Social and Cultural Capital in Educational Research. *British Educational Research Journal*. 33(6). 867-885.

- Ward, A. (1994). Consumers, Identity and Belonging, in: Keat, R., Whiteley, N. and Abercrombie, N. (eds.). *The Authority of the Consumer*. London. Routledge. pp. 58-74.
- Weininger B.E. and Lareau, A. (2003). Cultural Capital in Educational Research: A Critical Assessment. *Theory and Society*. Vol. 32. No. 5/6.
- Wright, E.O. (ed.). (2002). *Alternative Foundations of Class Analyses*. <http://www.ssc.wisc.edu/~wright/Soc929.pdf>.

**Marta Tomić**

The Academy of Criminalistic and Police Studies  
Belgrade

THE IMPACT OF SOCIAL STRATIFICATION  
ON CULTURAL CONSUMPTION

*Summary: This paper examines theoretical perspectives, research approaches and research results about the relationship between social stratification and cultural consumption. Paper presents main representatives of three sociological discourses: those who believe that class divisions still exist and that they had an influence on the social inequalities, especially in the domain of cultural consumption and tastes; authors and researchers who emphasize the impact of social stratification on the formation of cultural stratification, and the third group which consists of those who are advocates of cultural consumptions theories and individualization and cultural tastes which means that membership of a particular social class are not by any cultural influences.*

*Keywords: class, stratification, culture, cultural consumption*