

УДК 316.342.2 : 316.354 УДК 316.733

**Скокова Л.Г.**, канд. соціол. наук, доцент, старший науковий співробітник відділу соціології культури та масової комунікації Інституту соціології НАН України, вул. Шовковична, 12, Київ, 01021, Україна, e-mail: list.lgs@gmail.com

### КУЛЬТУРНА ПАРТИЦИПАЦІЯ В УКРАЇНІ: БАР'ЄРИ ТА СТИМУЛИ

Стаття присвячена аналізу особливостей культурної партиципації в умовах поточного стану надзвичайності в Україні. Показано актуальність і поширеність у сучасній соціології моніторингових і міжнародних досліджень участі в культурі та зусиль із стандартизації культурної статистики. Ці дані слугують основою для випрацювання обґрунтованої соціальної та культурної політики в сучасних державах. За допомогою даних моніторингу "Українське суспільство" виявлено спадні тренди останніх років щодо залучення до більшості культурно-дозвіллевих занять, скорочення витрат на культурні потреби, наявність перешкод активішому залученню до культури. Відтворюються структурні обумовленості культурної стратифікації у вигляді матеріальних, поселенських, вікових нерівностей. Стан надзвичайності в українському соціумі стримуючим чином впливає на залучення до культури та дозволяє більшій частині населення. Кожному другому з опитуваних не вистачає повноцінного дозвілля, ще більшій частині – можливості повноцінно проводити відпустку. Лише кожен п'ятий з респондентів може дозволити собі купувати книжки та журнали, подарунки, квитки на мистецькі, культурні події, четверта частина задоволені насиченістю та змістом свого дозвілля. Решта населення обмежена у своїх витратах, в тому числі через матеріальні, поселенські, вікові чинники, стан здоров'я. Як потенційні стимули партиципації населення можуть слугувати зростання важливості таких цінностей, як демократичний розвиток країни, вільне висловлювання особистих думок з політичних та інших питань, національно-культурне відродження, участь у діяльності партій і громадських організацій. Водночас культурна партиципація в публічному просторі – регулярне відвідування культурних заходів (вистав, кіносеансів, концертів, виставок), активна участь в організації та проведенні культурних заходів – є дуже обмеженою. У такій ситуації можна говорити про посилення культурної поляризації в поточних умовах надзвичайності в українському соціумі, відсутність умов повноцінного задоволення базових прав громадян на відпочинок, участь у культурі, підтримку культурної ідентичності. Підкреслюється, що база даних моніторингового дослідження "Українське суспільство" Інституту соціології НАН України містить набір індикаторів, які подібні до розроблених у міжнародній культурній статистиці й уможливають аналіз структури та динаміки культурної партиципації населення.

**Ключові слова:** культурна партиципація, моніторинг культурної партиципації, міжнародна культурна статистика, культурні права, бар'єри участі в культурі, соціокультурна диференціація, культурні нерівності, стан надзвичайності.

**Skokova L.G.**, Associate Professor, PhD (Sociology), Senior Research Fellow, Department of Sociology of Culture and Mass Communication, Institute of Sociology Ukrainian National Academy of Sciences, 12, Shovkovychna Str., Kyiv, 01021, Ukraine, e-mail: list.lgs@gmail.com

### CULTURAL PARTICIPATION IN UKRAINE: BARRIERS AND INCENTIVES

The article is devoted to the analysis of cultural participation peculiarities in the current state of emergency in Ukraine. The author shows the relevance and prevalence of monitoring and international research of participation in culture and efforts to standardize cultural statistics in modern sociology. These data serve as the basis for the development of sound social and cultural policy in modern states. Based on the monitoring data of "Ukrainian society", author revealed the

© Скокова Л.Г., 2018

ISSN 1681-116X. Ukr. socium, 2018, № 2 (65): 66–82

*downward trends of recent years aimed at attraction the majority of cultural and leisure activities, reducing costs for cultural needs, the presence of obstacles for active involvement in culture. Structural conditions of cultural stratification in the form of economics, settlement, age irregularities are reproduced. The state of emergency in the Ukrainian society has a restraining effect on the involvement of the majority of the population in culture and leisure. 62% of respondents lack the opportunity to fully spend their holidays, 50% – full leisure. Only one in four of the respondents can afford an interesting leisure time, 17% - can spend a vacation to their liking, less than 20% of respondents allow themselves to buy modern gadgets, books and magazines, gifts, tickets to cultural and leisure facilities. The rest of the population is limited in their spendings, including through economic, settlement, age factors, health status. As potential incentives for the population participation the growing importance of such values as the democratic development of the country, the free expression of personal opinions on political and other issues, national and cultural revival, participation in the activities of parties and public organizations can be used. At the same time, cultural participation in the public space is very limited: only 14% of respondents more or less regularly attend cultural events (performances, film shows, concerts, exhibitions), about 6% take an active part in the organization and conducting of cultural events. Under given circumstances, we can talk about the strengthening of cultural polarization in the current conditions of emergency in the Ukrainian society, the lack of conditions for the full satisfaction of citizens' basic rights to rest, participate in culture, and support of cultural identity. It is emphasized that the database of the monitoring study "Ukrainian society" of the Institute of Sociology NAS of Ukraine contains a set of indicators that are similar to those developed in the international cultural statistics and make it possible to analyze the structure and dynamics of the cultural participation of the population.*

**Keywords:** *cultural participation, monitoring of cultural participation, international cultural statistics, cultural rights, barriers to participation in culture, socio-cultural differentiation, cultural inequality, state of the extreme.*

Відслідковування динаміки та способів участі населення у різноманітних формах культурного життя є усталеним елементом сучасних соціальних досліджень. Аналіз соціальної диференціації залученості до культурних практик дає важливу інформацію щодо рівня та якості життя різних категорій громадян, доступності культурних благ, а отже, слугує (має слугувати) орієнтиром у розробці соціальних і культурних політик сучасних суспільств. У багатьох країнах світу періодично проводяться соціологічні дослідження культурно-дозвілєвої активності громадян, створюються і функціонують спеціальні аналітичні центри для вивчення специфіки практик у сфері продукування, циркуляції, споживання культурних продуктів. Увага до цієї проблематики підсилюється мірою поширення в розвинених суспільствах культурних індустрій, масових комунікацій, і відповідно – аудиторій, що споживають у вільний час культурну продукцію, дозвілєві послуги як у домашньому середовищі, так і в публічному просторі. Важливими елементами постіндустріального суспільства стають “суспільства дозвілля”, що й стимулює свого часу розвиток регулярних маркетингових, соціологічних досліджень для прояснення трендів і змін культурних практик, особливостей їх розгортання в різних соціальних спільнотах, видів перешкод у залученні до культури. Зокрема, у Франції під егідою Міністерства культури з 1973 р. проводяться періодичні опитування населення для аналізу динаміки участі в культурі [1]. У США діє Центр досліджень мистецтва та культурної політики (Princeton University: Princeton's Center for the Arts and Cultural Policy Studies), одним із засновників якого в 1994 р. був відо-

мий соціолог П. Дімаджіо. З 2001 р. Центр підтримує діяльність архіву даних (Cultural Policy & the Arts National Data Archive), в якому оцифровано дані соціологічних досліджень у сфері мистецтва та культурної партиципації, починаючи з 1970-х років [2]. Культурна активність різних груп населення в рамках соціології дозвілля, соціології читання, соціології ЗМІ та інших напрямів з 1970-х вивчається й у вітчизняній соціології [3].

Протягом останніх десятиліть культурна ситуація зазнає кардинальних змін внаслідок глобалізації, стрімкого поширення у світі новітніх інформаційно-комунікативних технологій, дигіталізації інформації, зростання обсягу Інтернет-аудиторій. Водночас зберігається, а часом і набуває нових форм соціальна нерівність, що позначається на можливостях доступу до культурно-дозвіллевих благ, дотримання права на відпочинок і участь у культурі. На практиках досліджень культурної активності, їх стандартизації позначається діяльність міжнародних, наднаціональних, культурницьких організацій. Інститут статистики ЮНЕСКО (UIS) опублікував у 1986 р. і оновив у 2009 р. методологію для вимірювання культурної партиципації та економічного внеску культурних індустрій [4]. На платформі Інституту зібрано дані про демографічну ситуацію, економіку, культурну інфраструктуру близько 200 країн. З 1990-х років Європейська Комісія і Євростат започаткували роботу зі структурування даних і розробки методології культурної статистики. Покетбуки “Культурна статистика” [5; 6; 7], опубліковані Євростатом, містять розділи, присвячені культурній партиципації на основі статистичних, соціологічних даних у країнах ЄС (Євробарометр, AES та ін.). *Культурна партиципація* в цих документах визначається, як участь у культурних активностях у будь-якому контексті та через будь-який канал, коли в наявності зрозумілий код комунікації, відправники та отримувачі, які приділяють значну увагу формам і змісту повідомлень з метою збільшення (підвищення) свого інформаційного та культурного багажу. Надалі ми будемо дотримуватися саме такого визначення культурної партиципації.

З 2000-х років у світі поширюється мережа експертних центрів, “культурних обсерваторій”, створюються міжнаціональні бази даних, веб-платформи для порівняльного аналізу стану сфери культури та стратегій культурних політик [8]. Євробарометр-2013 присвячений дослідженню партиципації та доступу до культури у країнах – членах ЄС. Цей проект позиціонується як важливий елемент інформаційного базису культурної політики Європейського Союзу [9]. З 1998 р. веб-платформа “Компендіум” за підтримки Ради Європи надає доступ до звітів європейських країн з культурної політики, статистичних і соціологічних даних про галузі культури та мистецтва. Ці дані у режимі оновлювання надають урядові організації<sup>1</sup>. На сайті присутній звіт, присвячений ситуації в Україні, в якому є і розділ щодо культурної партиципації [10].

В Україні на базі моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України (керівник проекту – В. Ворона, автори програми проекту – Є. Головаха та Н. Паніна), з 1992 р. накопичено великий обсяг даних, які сто-

<sup>1</sup> Compendium. Cultural Policies and Trends in Europe. URL: culturalpolicies.net

суються культурно-дозвіллевої активності населення протягом тижня (протягом року), витрат на культурні потреби, культурного оснащення домівки, преференцій і перешкод щодо бажаних способів проведення вільного часу, смаків у полях споживання медіа, кіно, літератури, музики та ін. [11, 12, 13]. Особливості соціокультурних диференціацій участі в культурі, зрушення у структурі культурної активності, динаміка поширеності культурних взірців в українському суспільстві досліджуються у відділі соціології культури та масової комунікації протягом 1990–2010-х років (керівники проектів – А. Ручка, Н. Костенко) [14; 15; 16; 17; 18]. В інших соціологічних центрах проводяться дослідження, які стосуються особливостей і динаміки культурної ситуації в Україні або містять дотичні блоки питань. Так, Державним інститутом проблем сім'ї та молоді у 2004 р. проводилося дослідження “Молодь України: культурні запити та дозвіллева діяльність” (керівник проекту – О. Балакірева). Останніми роками на замовлення Міністерства молоді та спорту України проводяться соціологічні дослідження становища молоді, в тому числі ціннісних її настанов, громадської, культурної, політичної активності, результати яких використовуються у формуванні молодіжної політики в країні [19; 20; 21]. У рамках моніторингу громадської думки населення України, що проводиться консорціумом у складі ГО “Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка”, ГО “Центр “Соціальний моніторинг” та відділу моніторингових досліджень соціально-економічних трансформацій ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України” (засновник та керівник проекту – О. Балакірева), порушуються питання культури, освіти, практик святкування [22]. У межах міжнародного проекту “Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді України” (HBSC) збираються (крім іншого) дані про фізичну активність і вільний час, роль сучасних медіа у житті підлітків [23]. Відомі масштабні проекти міжнародних досліджень студентства, зокрема, їх культурних орієнтацій і практик, які з 2002 р. здійснюються кафедрою соціології Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (керівник – Л. Сокурянська) [24; 25]. Створення єдиного вітчизняного архіву даних, присвяченого відстеженню процесів у сфері культури, мистецтва, дозвілля, Інтернет-середовища, особливостям участі в культурі населення, є завданням на перспективу для соціологічного товариства й інших зацікавлених стейкхолдерів.

Додаткову актуальність вивченню залученості у культурні практики додає нинішня кризова ситуація в українському соціумі – з наявністю окупованих територій, бойових дій, великої кількості внутрішньо переміщених осіб, збільшенням потоку зарубіжних трудових мігрантів, масовим збіднінням населення. Такі ситуації в сучасній науці прийнято позначати терміном “*emergency*” (стан надзвичайності), що підкреслює системну турбулентність соціальних і культурних процесів у сучасних суспільствах [26].

Ця стаття є складовою періодичного аналізу структури та динаміки участі в культурі населення (культурної партиципації) на основі даних моніторингу “Українське суспільство”. Як основні індикатори активності в полях культурного споживання та дозвілля у нашій статті обрано обсяги залучення до культурно-дозвіллевих занять,

оцінки перешкод бажаним взірцям дозвілля, витрати на товари культурного призначення. *Наукова проблема*, яка вирішується в цій розвідці, полягає в наявності мінливої ситуації стосовно культурної партиципації населення України і необхідністю регулярного відстеження її на основі аналізу даних соціологічних обстежень (у рамках акумуляції знань культурних процесів). Метою статті є виявлення особливостей поточної соціокультурної ситуації щодо бар'єрів і стимулів культурної партиципації населення в стані "надзвичайності" на базі результатів моніторингу "Українське суспільство" як джерела даних для культурної статистики, вивчення культурних процесів в українському соціумі.

**Контекст культурної партиципації.** За даними моніторингу "Українське суспільство", проведеного Інститутом соціології НАН України у 2017 р., рівень напруженості в суспільстві респонденти оцінюють як значний (6,7 балів за 10-бальною шкалою, де 1 – дуже низький рівень, ситуація спокійна, а 10 балів – вкрай високий, ситуація критична, вибухонебезпечна). Серед соціальних проблем, які впливають на стан і зростання напруженості, опитувані зазначили, насамперед, бойові дії на Сході України (68%), далі – зростання безробіття (48%), збідніння населення внаслідок підвищення цін і тарифів (46%), корупцію, хабарництво (45%), безкарність, свавілля чиновників (41%), недовіру до влади, розчарування в її здатності щось змінити (34%). Крім того, громадян хвилюють недоступність, низька якість медичних послуг (27%), поширення злочинності, алкоголізму, наркоманії (17%), погіршення відносин з іншими державами (16%), зростання проявів радикального націоналізму (14%), обмеження громадянських прав, свободи слова, друку та ін. (13%). Менше ніж 10 відсотків набрали такі чинники зростання напруженості, як поширювана в ЗМІ інформація (9%), інформація та коментарі в соціальних мережах (7%), конфлікти між різними церквами та релігійними громадами (7%), загроза терористичних актів (6%), вплив мігрантів, біженців (5,8%). У різних регіонах країни ця структура чинників соціальної напруженості в основному відтворюється, хоча й з певними особливостями (табл. 1).

Суспільна ситуація, в якій поширені загрози життю (реальні та медіатизовані), задоволенню вітальних потреб (і власних, і співгромадян), здатна відсувати питання культурної партиципації на другий план. Дозвіллеві заняття можуть бути способом відпочинку, відволікання від несприятливих обставин. Водночас події 2013–2014 рр. сприяли громадянському піднесенню, оновленню баченню свого "місця" в державі, актуалізації громадянських, національних і культурних ідентичностей. Демократичний розвиток країни цінують, як важливий, 75% опитованих у 2016 р. (68% – у 2012 р.), можливість без остраху, вільно висловлювати особисті думки з політичних та інших питань – відповідно, 77% і 65%; можливість критики та контролю рішень владних структур – відповідно, 65% і 53%; національно-культурне відродження – відповідно, 74% і 65%; участь у діяльності політичних партій і громадських організацій – відповідно, 40% і 28%. Отже, стан *надзвичайності* в українському суспільстві продукує стримуючі обставини для участі в культурі (матеріальну, психологічну фрустрацію) і такі, що дають нові можливості та стимули.

Таблиця 1

**Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Що, на Вашу думку, останнім часом найбільшою мірою впливає на зростання напруженості в суспільстві?” у 2017 р., %**

Чинники зростання соціальної напруженості	N=1800	Регіони				
		Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Бойові дії на Сході України	67,9	69,7	68,4	54,4	67,3	78,3
Зростання безробіття	48,1	34,3	48,1	56,5	53,2	57,2
Збідніння населення внаслідок зростання цін, підвищення тарифів	46,4	42,8	51,0	34,2	53,5	33,1
Корупція, хабарництво	44,5	49,5	48,9	41,5	45,0	18,1
Безкарність, свавілля чиновників	41,0	42,6	43,4	32,6	46,8	23,5
Недовіра до влади, розчарування в її здатності щось змінити	34,0	28,5	33,7	34,2	43,8	24,1
Недоступність, низька якість медичного обслуговування	26,5	26,9	25,0	26,9	31,7	18,7
Поширення злочинності, алкоголізму, наркоманії	17,0	13,8	23,4	14,5	15,8	4,8
Погіршення відносин з іншими державами	15,8	14,4	10,5	20,7	21,0	21,7
Зростання проявів радикального націоналізму	13,5	9,8	11,7	19,7	17,1	13,3
Обмеження громадянських прав, демократичних свобод (свободи слова, друку)	13,2	9,6	11,7	25,9	11,9	15,7
Інформація, яка поширюється в ЗМІ	9,3	6,6	10,0	9,8	11,4	7,2
Інформація та коментарі, які супроводжують спілкування в соціальних мережах Інтернету	7,1	3,5	7,0	14,5	5,7	10,8
Конфлікти між різними церквами та релігійними громадами	7,0	7,2	6,4	16,6	4,5	4,2
Загроза терористичних актів	6,2	6,6	7,9	5,2	5,2	1,8
Наплив мігрантів, біженців	5,8	6,9	6,5	5,7	3,5	6,6

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2017 р.

**Поточна динаміка культурно-дозвілєвих занять.** Динаміка участі населення в культурі останнім часом показує спадні тренди щодо багатьох видів регулярних занять (табл. 2).

Зменшується вага *традиційних медіа-посередників*: обсяг залучення до перегляду телепередач протягом останніх 12 місяців зменшився з 81% у 2013 р. до 72% у 2017 р.; прослуховування радіо – відповідно, з 33% до 20%, прослуховування музики – відповідно, з 39% до 31%, читання фахової літератури – відповідно, з 20% до 12%, читання художньої літератури – відповідно, з 29% до 24%, читання газет і журналів – відповід-

но, з 48% до 32%. Натомість зростає чисельність тих, хто користується Інтернетом (практично кожен другий протягом останніх 12 місяців мав такий досвід (47% у 2017 р.). Інші індикатори дають ще вищу частку залучення дорослих (18 років і старше) до Інтернету.

Таблиця 2

**Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Чим Ви займалися протягом останніх 12 місяців?” у 2013 р. та 2017 р., N=1800, %**

Культурні практики	2013 р.	2017 р.
Телепередачі	81,3	71,7
Приймати гостей/перебувати в гостях	57,2	44,4
Газети, журнали	47,9	31,7
Прослуховування музики	39,2	31,2
Користування Інтернетом	39,0	47,2
Рибальство, мисливство, відпочинок на природі	32,8	27,0
Радіопередачі	32,7	20,0
Художня література	29,1	23,9
Кафе, бари, дискотеки	25,2	23,0
ТРЦ, шопінг	22,4	20,3
Фахова література	19,8	12,3
Курорт, подорожі	19,5	16,8
Стадіон, басейн, тренажерна зала	18,3	15,0
Електронні, комп'ютерні ігри	15,8	9,3
Масаж, сауна, фітнес	14,6	11,8
Кінотеатри	12,9	13,6
Ресторани, нічні клуби	12,5	6,9
Концерти, театри	11,5	11,7
Хобі	11,3	12,8
Музеї, художні виставки, галереї	8,8	8,1
Курси – танці, мови, тренінги	5,5	5,2

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2013 та 2017 рр.

Зменшується *соціальна активність* населення: приймання гостей та перебування в гостях становить 44% у 2017 р. порівняно з 57% у 2013 р.; вдвічі зменшився обсяг тих, хто відвідує ресторани, нічні клуби (з 12% у 2013 р. до 6% у 2017 р.). Менш коштовні заняття, характерні для молоді: відвідування кафе, барів, дискотек – 25% у 2013 р. і 23% у 2017 р.; відвідування торговельно-розважальних центрів менше втратили популярності (22% у 2013 р. і 20% у 2017 р.).

Зберігають частку своєї річної аудиторії й такі заклади, як кінотеатри (13%), театри, концерти (11–12%), музеї, художні виставки, галереї (8–9%). Ці заняття, як і хобі (прикладна творчість, колекціонування тощо – 11–13%), відвідування курсів (танці, іноземна мова, психологічні тренінги тощо – 5–6%), потребують сформованих смаків, вмінь, навичок, за рахунок чого зберігають своїх нечисельних прихильників.

Обсяг *рекреаційних занять*, важливих для відновлення фізичного та психологічного стану населення, дещо зменшився: рибальство, мисливство, відпочинок на при-

роді – з 33% у 2013 р. до 27% у 2017 р.; активні заняття фізкультурою і спортом (стадіон, басейн, тренажерна зала) – відповідно, з 18% до 15%; поїздка на відпочинок (курорт, подорожі) – відповідно, з 20% до 17%; турбота про зовнішній вигляд (масаж, сауна, фітнес тощо) – відповідно, з 15% до 12%.

**Витрати на товари культурно-дозвіллевого призначення як показник залучення до культури.** Аналіз динаміки витрат на товари та послуги культурного, дозвіллевого та рекреаційного призначення показує зниження частки населення у споживанні деяких із запропонованих позицій – можливостей. У 2017 р. вдвічі менше, ніж у 2013 р., купували журнали (з 21% до 10%), квитки на концерти поп-музики або спортивні видовища (з 6% до 3%), електронні ігри, фільми, музичні твори (з 7% до 3%), рідше купували книжки (з 16% до 12%). На тому ж рівні залишаються купівля квитків до кінотеатру (12%), музею, на виставки (4–5%), до театру, філармонії (6%). Товари “розкоші” – модний одяг, парфуми дозволили собі 13%, тоді як у 2013 р. таких було 20%, а 2006 р. – 32% респондентів. Спортивне спорядження, інші товари для відпочинку купували три роки тому 9%, нині – 6% опитуваних (табл. 3).

Таблиця 3

**Динаміка витрат на товари культурно-дозвіллевого призначення протягом року у 2013 р. та 2016 р., %**

Витрати на	2013 р.	2016 р.
Придбання комп'ютерних ігор, фільмів, музичних творів	7,5	2,7
Придбання книжок	16,4	12,2
Придбання журналів	20,8	9,4
Витрачання грошей на доступ до Інтернету	31,5	41,3
Придбання квитків до театру, філармонії	6,4	5,9
Придбання квитків до музею, на художню виставку	4,7	3,6
Придбання квитків до кінотеатру	12,7	12,2
Придбання квитків на концерти популярної музики	6,0	3,1
Придбання квитків на спортивні видовища	6,4	3,2
Придбання спортивного спорядження, товарів для відпочинку	9,1	6,1
Придбання модного одягу, дорогої парфумерії	19,7	12,5
Придбання близьким подарунків до свят, днів народження	57,1	42,8
Придбання електронних книг, рідерів, планшетів	4,3	3,6
Придбання мобільного телефону, смартфона	19,3	14,0
Придбання комп'ютера, ноутбука, нетбука	7,5	3,7
Алкогольні напої, тютюнові вироби	37,6	31,9
Інше	3,9	1,2
Нічого із зазначеного не купували	21,9	28,4

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2013 та 2016 рр.

Товари соціального призначення – подарунки до свят близьким, рідним – це основна стаття “неінструментальних” видатків в українських сім'ях: у 2006 р. обмінювалися презентами 67% респондентів, 2013 р. – 57%, 2016 р. – 43%. Дещо зменшилися й видатки на алкоголь, тютюнові вироби – з 38% у 2013 р. до 32% у 2016 р. Зростають витрати на оплату доступу до Інтернету (з 6% 2006 р. до 32% 2013 р. і 41% у 2016 р.).



Кластерний аналіз за цим показником дозволяє вирізнити п'ять груп населення, які розрізняються за стилем своїх видатків на товари культурно-дозвіллевого призначення (табл. 4, 5). Майже третина респондентів (31% – другий кластер) практично нічого не купує із запропонованого переліку, назовемо їх “неспоживачі товарів культури та дозвілля”, 91% цієї групи так і відповіли, що нічого не купували протягом року для задоволення культурних потреб. Серед групи віком 56 років і старше таких 48%, серед осіб з початковою та неповною середньою освітою – 56%, серед найбільш вразливих – 50%. Про депривацію цієї групи в культурно-дозвілльовій сфері повсякденного життя свідчать і відповіді на запитання щодо перешкод активнішому способу проведення дозвілля: серед тих, хто відповів “мене це не цікавить”, у цьому кластері – 57%, “нічого не заважає” – 48%. Отже, соціально вразлива група населення, яка не має доступу до товарів культурного споживання, становить майже третину суспільства.

Таблиця 4

**Кластерні групи за стилем видатків на товари культурно-дозвіллевого призначення у 2016 р., %**

Культурно-дозвілльові витрати	2016 р.	Кластери				
		1 (33,4)	2 (31,1)	3 (10,2)	4 (17,8)	5 (7,4)
Придбання комп'ютерних ігор, фільмів, музики	2,7	1	1	15	3	2
Придбання книжок	12,2	5	3	43	11	45
Придбання журналів	9,4	0	0	20	0	99
Витрачання грошей на доступ до Інтернету	41,3	85	0	92	0	47
Придбання квитків до театру, філармонії	5,9	2	1	36	3	10
Придбання квитків до музею, на художню виставку	3,6	1	1	20	2	7
Придбання квитків до кінотеатру	12,2	6	1	79	4	16
Придбання квитків на концерти популярної музики	3,1	2	0	18	1	4
Придбання квитків на спортивні видовища	3,2	1	1	15	2	7
Придбання товарів для спорту та відпочинку	6,1	5	1	32	4	4
Придбання модного одягу, дорогої парфумерії	12,5	8	0	58	13	30
Придбання близьким подарунків до свят, днів народження	42,8	40	0	95	85	62
Придбання електронних книг, рідерів, планшетів	3,6	3	1	16	1	5
Придбання мобільного телефону, смартфона	14,0	11	0	52	22	13
Придбання комп'ютера, ноутбука, нетбука	3,7	3	1	15	4	1
Витрачання грошей на алкогольні напої, тютюнові вироби	31,9	49	0	72	29	41
Інше	1,2	1	1	2	1	1
Нічого із зазначеного не купували	28,4	0	91	0	0	0

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2016 р.

Таблиця 5

Соціальна диференціація культурно-дозвілльового споживання у 2016 р., %

Категорії	Кластери				
	1 (33,4)	2 (31,1)	3 (10,2)	4 (17,8)	5 (7,4)
18–29 років	41,6	18,7	17,9	14,0	7,8
30–55 років	39,0	25,1	11,0	17,6	7,3
56 років і старше	19,8	48,1	4,0	20,7	7,5
Чоловіки	36,4	30,6	10,8	17,1	5,2
Жінки	31,0	31,5	9,7	18,4	9,3
Київ	30,7	17,1	27,9	8,6	15,7
Велике місто	33,1	34,2	10,5	14,6	7,5
Невелике місто	35,7	30,0	8,7	18,7	7,0
Село	31,8	33,3	7,5	21,5	5,9
Неповна, незакінчена середня освіта	24,1	56,3	1,1	17,2	1,1
Середня загальна освіта	30,9	36,9	9,3	17,8	5,1
Середня спеціальна освіта	32,7	32,7	7,8	19,7	7,2
Вища, неповна вища освіта	36,1	24,2	14,5	15,7	9,4
Матеріальний стан*: найбільш бідні	32,7	49,5	4,0	11,9	2,0
Бідні	32,3	39,7	4,9	17,0	6,2
Середні	35,2	22,7	14,0	19,3	8,8
Заможні	34,6	14,2	22,0	19,7	9,4
Перешкоди дозвіллю: нестача власних коштів	37,1	27,8	9,4	18,9	6,8
Перешкоди: відсутність вільного часу	44,3	17,5	15,1	16,2	6,9
Перешкоди: стан здоров'я	20,1	36,1	6,5	27,8	9,5
Перешкоди: висока ціна на квитки	44,1	14,1	15,5	15,8	10,2
Перешкоди: мене це не цікавить	17,3	57,1	2,0	15,3	8,2
Перешкоди: нічого не заважає	19,5	47,7	11,8	12,8	8,2

\* Матеріальний стан: *найбільш бідні*: “Часто не маємо грошей і харчових продуктів – інколи жebraкуємо”; “Не вистачає продуктів харчування – інколи голодуємо”; *бідні*: “Вистачає лише на продукти харчування”; *середні*: “Вистачає загалом на прожиття”; *заможні*: “Вистачає на все необхідне, але нам не до заощаджень”, “Вистачає на все необхідне, робимо заощадження”, “Живемо у повному достатку”.

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2016 р.

Майже 18% опитуваних (четвертий кластер, “*товариські*”) витрачають гроші на подарунки близьким до свят (85%), алкоголь, тютюнові вироби (29%), придбання мобільного телефону, смартфона (22%), інколи – модний одяг (13%), книжки (11%). Ця група є заможнішою, освіта переважно – середня спеціальна (20%), мешканці села, селища (22%), невеликого міста (19%), середнього та старшого віку (18% і 21%). Серед тих, хто зазначав про проблеми із здоров'ям, як перешкоду дозвіллю, – 28%.

Інша третина респондентів (33,4%, перший кластер, “*Інтернет і алкоголь*”) витрачала протягом року гроші на доступ до Інтернету (85%), алкоголь і паління (49%), подарунки (40%). Це переважно молоді люди (42%) і особи середнього віку (39%), чоловіки (36%), жителі міст (33–36%), з середньою спеціальною (33%) і ви-

щою освітою (36%). Їх 44% серед тих, хто зазначав про нестачу вільного часу як перешкоду дозволлю.

П'ятий кластер (7,4% – “модники та читачі”), крім постійного доступу до Інтернету (47%), витрачають кошти на книжки (45%) та журнали (99%), подарунки (62%), алкоголь (41%), модний одяг і парфуми (30%), кінотеатр (16%), театр, філармонію (10%), телефон, смартфон (13%). Дещо більше жінок (9%), киян (16%), осіб з вищою освітою (9%), заможніших (9%).

Представники третього кластера (10,2% – “всеїдні та шопери”) – оплачували протягом року Інтернет (92%), книжки (43%), квитки до кінотеатру (79%), театру (36%), музею чи виставки (20%), на концерт (18%), спортивні видовища (15%). Вони купували подарунки (95%), модний одяг (58%), телефони або смартфони (52%), спортивне спорядження (32%), ноутбуки (15%). Не обходилося їм без алкоголю, сигарет (72%). Це, насамперед, молодь (18%), мешканці столиці (28%), великого міста (11%), з вищою або неповною вищою освітою (15%), заможніші (22%). Серед тих, хто зазначав про нестачу вільного часу, їх 15%, тих, хто зазначав про високу ціну на квитки – 16%. Ця група мобільна, динамічна, з активним стилем життя, широким діапазоном культурних практик і витрат на них.

Отже, менше ніж 20% опитуваних відчують себе більш-менш вільно у просторі товарів культурного та дозвілєвого споживання, дозволяючи собі купувати сучасні гаджети, книжки та журнали, модний одяг, подарунки, квитки у заклади культури та дозвілля. Решта населення обмежена у своїх витратах – у тому числі через матеріальні, поселенські, вікові чинники. Не менше ніж третина, здається, навіть не уявляють себе у ролі покупців, запропонованих у переліку товарів, насамперед, соціально вразливі групи населення.

**Перешкоди культурній партиципації населення.** Показник, який активно використовується в соціологічних дослідженнях культурної партиципації, як у національних, так і міжнародних порівняльних опитуваннях, стосується *бар'єрів, перешкод участі в культурі* [18, с. 236–237]. Обґрунтування важливості цієї інформації спрямовує до проблематики культурних прав, про що, зокрема, йдеться в ст. 2 Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження<sup>2</sup>. За даними Євробарометра 2013 р., основною причиною неучасті у певних культурних заходах для респондентів 27 європейських країн є *відсутність інтересу* до відвідувань опери, танцювальних перформансів (50%), бібліотеки (43%), театру (36%), музею чи галереї (33%). На другому місці – *нестача часу* у випадку читання книг (44% опитуваних), екскурсій до пам'ятних місць (37%), відвідування кінотеатру (30%), театру (27%). Третьою основною причиною є *висока вартість квитків*, про що зазначили 22% потенційних відвідувачів кінотеатру, 25% – концерту, 20% – театру, 14% – опери. *Обмежений вибір заходів, недостатню якість репертуару* або певних культурних заходів назвали 9–12% опитуваних, *відсутність інформації* – 2–3% [9].

<sup>2</sup> Закон України “Про ратифікацію Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження”. *Відомості Верховної Ради України*, 2010, № 9, ст. 91. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1811-17>

Результати моніторингу 2017 р. показують поточну ситуацію в цій сфері (табл. 6). Для середніх і заможніших за самооцінкою рівня доходів опитуваних перешкодами залучення до культурних практик є, насамперед, *нестача вільного часу* (40–42%), що свідчить про активніший стиль життя цієї групи, тоді як найбідніші та бідні скаржаться на *нестачу грошей для купівлі квитків* (37%). Серед різних за достатком груп 14–17% обрали залучення до культури, як зручний спосіб, – перегляд телевізора. Серед мешканців села (невеликого міста) майже кожен четвертий зазначає про *малу кількість культурних заходів*. Висока ціна на квитки бентежить, насамперед, жителів столиці (60%), великих міст (43%), тоді як селяни рідше обирають цю альтернативу, що свідчить про відсутність в їх досвіді випадків купівлі квитків на культурні заходи. Ці та попередні дані доводять важливість соціокультурних чинників, як перешкод у доступі до культури, існуванні різних форм соціальних нерівностей.

Таблиця 6

**Соціальна диференціація перешкод активнішої участі в культурі у 2017 р., %**

Категорія опитуваних	Не вистачає часу, незручний час	Незручно добиратися (далеко, дорого квитки на транспорт)	Мало культурних заходів у населеному пункті	Висока ціна квитків на культурні заходи	Погане самопочуття, втомленість	Зручніше дивитися культурні програми по телебаченню	Мені це нецікаво
N=1800	34,6	12,2	17,6	32,8	10,2	15,9	11,6
Київ	43,4	2,9	0,7	60,3	9,6	15,4	2,9
Місто 250+ тис.	37,0	10,0	6,6	43,4	12,1	19,2	7,5
Невелике місто	32,4	10,1	23,5	32,6	11,7	16,3	11,1
Село	33,1	16,9	23,5	21,4	8,1	13,4	16,7
Найбідніші	29,0	19,4	12,9	36,6	14,0	17,2	14,0
Бідні	28,4	12,4	16,6	36,8	12,0	16,6	14,2
Середні	42,4	12,0	17,7	32,8	7,5	14,8	10,1
Заможніші	40,2	13,7	22,4	22,8	9,1	14,1	8,7
18–29 років	36,1	17,4	23,5	32,6	2,4	11,0	10,4
30–55 років	42,7	10,2	18,4	31,2	7,3	12,8	10,1
56 років і більше	22,0	11,8	12,6	35,5	19,4	23,5	15,2

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2017 р.

За даними 2016 р. основними перешкодами повноцінному дозвіллю стали *нестача власних коштів* (72%), *висока ціна на квитки у заклади дозвілля та культури* (23%), *відсутність вільного часу* (21%) (табл. 7). У бідніших за самооцінкою матеріального становища групах 81–88% називають відсутність коштів для дозвіллевих розваг, тоді як у заможнішій групі – кожен другий. Висока ціна на квитки є бар'єром, насамперед, для молоді (27%) і осіб середнього віку (25%), порівняно із старшою віковою групою (17%), для якої дедалі частіше розваги поза домівкою, у публічному просторі залишаються у минулому. Про високу ціну на квитки децю частіше зазначають жінки (25%),

ніж чоловіки (20%). Вільного часу бракує у середній і молодшій вікових групах (відповідно, 26% і 22%), осіб з вищою освітою (26%), кращим матеріальним становищем (27–29%). Відсутність закладів відпочинку та розваг більше значення має для селян і жителів невеликих міст (24% порівняно із 7% у великому місті і 1% у столиці). На стан здоров'я, як перешкоду активнішому відпочинку, частіше посилаються люди старшого віку після 55 років (20%), найбільш (серед яких опиняються переважно люди старшого віку – 22%). Не вважають за перешкоди зазначені альтернативи більш забезпечені групи населення, саме серед них 14–19% відповідають, що їм нічого не заважає відпочивати так, як хотілося б. Водночас найбільша частка відповідей “мене це не цікавить” у групі з неповною, початковою освітою (16%), серед них також популярною є позиція “ніщо із зазначеного не заважає” (14%), що радше говорить про дуже вузький діапазон дозвіллевих занять, відсутність культурних практик у повсякденні.

Таблиця 7

**Динаміка оцінок перешкод повноцінного відпочинку та розваг  
у 2013 р. та 2016 р., %**

Роки	Нестача власних коштів	Відсутність вільного часу	Висока ціна на квитки в заклади	Стан здоров'я	Відсутність відповідних закладів	Мене це не цікавить	Низька якість послуг	Немає компаньйона, супутника	Недостатня реклама відповідних послуг	Ніщо із зазначеного не заважає
2013	67,7	28,2	25,5	13,7	7,8	6,6	5,8	4,6	2,6	8,8
2016	71,8	21	22,9	9,4	4,3	5,4	4	3,1	1	10,8

Джерело: за даними моніторингу “Українське суспільство”, проведеного Інститутом соціології НАН України у 2013 та 2016 рр.

Динаміка оцінок перешкод повноцінному відпочинку та розвагам (табл. 7) показує, що матеріальний фактор залишається основною перешкодою культурній і дозвіллевій участі населення України: про нестачу грошей зазначили 72% опитаних у 2016 р. (68% у 2013 р.), дорогі квитки – 23% (26% у 2013 р.). Інші перешкоди теж зберігають свою позицію. Так, третє місце за важливістю посідає нестача вільного часу (21%), далі – стан здоров'я (9%), відсутність відповідних закладів (4,3%), низька якість послуг (4%). Наповненість відповідями за всіма цими позиціями є нижчою у 2016 р., ніж три роки тому, що може свідчити про меншу важливість цієї сфери життя порівняно з основними факторами напруженості в соціумі та особистому житті.

**Висновки.** Стан *надзвичайності* в українському соціумі стримуючим чином впливає на залучення до культури та дозвілля більшої частини населення. Кожен третій з опитуваних у 2017 р. відповідає, що йому *не вистачає* можливості купувати найнеобхідніші продукти (23% у 2013 р.), харчуватися за своїм смаком не вистачає кожному другому (відповідно, 52% і 47%). Близько 68% респондентів зазначають про бойові дії на Сході України, як основний фактор соціальної напруженості (78% – на Донбасі). У цих умовах дозвіллеві, рекреаційні потреби відсуваються на другий план у реальності та навіть в уяві. Можливості повноцінно проводити відпустку не вистачає 62% опитуваних, повноцінного дозвілля – 50%, купувати модний і красивий одяг –

35%. Лише кожен четвертий з респондентів може дозволити собі модний одяг, цікаве дозвілля, 17% – можуть провести відпустку за своїм смаком, 14% – більш-менш регулярно відвідують культурні заходи (вистави, кіносеанси, концерти, виставки, близько 6% беруть активну участь в організації та проведенні культурних заходів (фестивалів, вуличних свят, художніх ярмарків, різноманітних конкурсів). Водночас питання модного одягу не цікавлять 40% опитуваних, можливості повноцінного дозвілля – кожного четвертого, майже кожен п'ятий не цікавиться (не визначився) щодо можливості активніше залучатися до культури. Менше ніж 20% опитуваних відчують себе більш-менш вільно у сфері культурного споживання, дозволяючи собі купувати сучасні гаджети, книжки та журнали, подарунки, квитки у заклади культури та дозвілля. Решта населення обмежена у своїх витратах – у тому числі через матеріальні, поселенські, вікові чинники, стан здоров'я. У такій ситуації можна говорити про посилення культурної поляризації в поточних умовах надзвичайності, відсутність умов повноцінного задоволення базових прав громадян на відпочинок, участь у культурі, підтримку культурної ідентичності.

Отже, моніторингові дослідження культурної ситуації в сучасних суспільствах дозволяють показати стан і динаміку участі в культурі як у її генералізованому вимірі (сенси, цінності, символи, культурні коди), так і на рівні поширеності та різноманітності культурних практик у повсякденному житті громад і громадян, надаючи актуальну інформацію для випрацювання культурних політик. У глобальному світі з його пришвидшеним розвитком “економік знань”, “економік послуг” участь у культурних заходах і різноманітних формах є ресурсом культурної компетентності суспільства, потенціалом його сталого та інклюзивного розвитку, джерелом солідарностей. Регулярні дослідження процесів, які відбуваються в полях культурного виробництва та культурної партиципації населення, є значущою та затребуваною темою сучасної світової соціології культури. Ці результати поточного аналізу даних моніторингу “Українське суспільство”, дотичних до теми, свідчать, зокрема, що у вітчизняній соціології культури накопичено значний потенціал для розуміння культурних процесів на базі періодичних репрезентативних опитувань населення

#### Список використаних джерел

1. Fleury L. *Sociology of Culture and Cultural Practices. The Transformative Power of Institutions.* Lexington Books, 2014.
2. DiMaggio P., Mukhtar T. *Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982–2002: Signs of decline?* *Poetics*, 2004, V. 32, P. 169–194.
3. *Соціологія культури* / за ред. О. Семашка, В. Пічі. Київ: Каравела, Львів: Новий світ-2000, 2002. 334 с.
4. *Measuring Cultural Participation. 2009-Framework For Cultural Statistics Handbook № 2.* Montreal: UNESCO UIS, 2012.
5. *Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks.* European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007.
6. *Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks.* European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2011.
7. *Culture Statistics. 2016 Edition.* Eurostat books. European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016.

8. Скокова Л. Культурні практики і культурні політики: сучасна дослідницька інфраструктура. *Соціальні виміри суспільства*, 2016. Вип. 8 (19). С. 287–308.
9. Special Eurobarometer 399. Cultural Access and Participation. Report. Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social. 2013. URL: [http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs\\_399\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf)
10. Country Profile Ukraine. 2017. URL: <http://www.culturalpolicies.net/web/countries-profiles-download.php>
11. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 1 (15). Т. 1 / гол. ред. В.М. Ворона, М.О. Шульга. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2014. 650 с.
12. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 2(16). / гол. ред. В.М. Ворона, М.О. Шульга. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2015. 780 с.
13. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 3(17) / гол. ред. В.М. Ворона, М.О. Шульга. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2016. 550 с.
14. Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А.О. Ручки. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2002. 315 с.
15. Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2008.
16. Субкультурна варіативність українського соціуму / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ: Інститут соціології НАН України, 2010. 288 с.
17. Сміслова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. Київ: Інститут соціології НАН України, 2012. 422 с.
18. Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред. Н. Костенко. Київ: Інститут соціології НАН України, 2015. 440 с.
19. Молодь України – 2015. Міністерство молоді та спорту України. Київ: ГФК Юкрейн, 2015. 88 с.
20. Дмитрук Н., Падалка Г., Кіреєв С., Мостова І., Бікла О., Шелепа В. Цінності української молоді. Результати репрезентативного соціологічного дослідження становлення молоді. Київ: Міністерство молоді та спорту України, 2016. 137 с.
21. Молодь України – 2017. Результати соціологічного дослідження. Тернопіль: Терно-граф, 2017. 72 с.
22. Бондар Т.В., Дмитрук Д.А. Новорічні настрої та очікування: моніторинг громадської думки населення України, грудень 2017 р. *Український соціум*, 2017, № 4 (63). С. 168–177.
23. Балакірева О.М., Бондар Т.В., Павлова Д.М., Рингач Н.О., Білоус Є.І., Василяшко І.П., Патрікеєва О.О., Сидяк С.В., Сакович О.Т., Швець О.В., Забузова В.В., Балакірева К.О., Локтева І.І. Показники та соціальний контекст формування здоров'я підлітків. За результатами соціологічного опитування в межах міжнародного проєкту ВООЗ “Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді” (“Health Behaviour in School-aged Children” HBSC) Київ: ЮНІСЕФ, ГО “УІСД ім. О. Яременка”, 2014. 156 с.
24. Українське студентство у пошуках ідентичності: монографія / за ред. В.Л. Арбеніної, Л.Г. Сокурянської. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. 520 с.
25. Сокурянська Л.Г. Методологічні та методичні проблеми міжнародних компаративних досліджень студентської молоді. *Молодіжна політика: проблеми і перспективи: збірник наукових праць* / ред. С. Щудло, П. Длугош. Дрогобич – Жешув: Трек ЛТД, 2016. Вип. 7. С. 228–234.
26. Костенко Н. В состоянии “emergency”: культурные эффекты. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2016. № 4. С. 102–118.

Отримано 16.03.18 та оновлено 14.06.18

### References

1. Fleury, L. (2014). *Sociology of Culture and Cultural Practices. The Transformative Power of Institutions*. Lexington Books [in English]
2. DiMaggio, P., Mukhtar, T. (2004). Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of decline? *Poetics*, 32, 169-194 [in English]
3. Semashka, O., Pichi, V. (2002). *Sociology of culture*. Kyiv: Karavela, Lviv: PP "Novyy Svit 2000" [in Ukrainian]
4. Measuring Cultural Participation. 2009 Framework For Cultural Statistics Handbook № 2. (2012). Montreal: UNESCO UIS [in English]
5. Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks. European Commission. (2007). Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities [in English]
6. Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks. European Commission. (2011). Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities [in English]
7. Culture Statistics. 2016 Edition. Eurostat books. European Commission. (2016). Luxembourg: Publications Office of the European Union [in English]
8. Skokova, L. (2016). Cultural practices and cultural policies: modern research infrastructure. *Social dimensions of the society*, 8 (19), 287-308 [in Ukrainian]
9. Special Eurobarometer 399. Cultural Access and Participation. Report. (2013). *Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social*. URL: [http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs\\_399\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf) [in English]
10. Country Profile Ukraine. (2017). URL: <http://www.culturalpolicies.net/web/countries-profiles-download.php> [in English]
11. Vorona, V.M., Shulha, M.O. (Eds.). (2014). *Ukrainian Society: monitoring of social change*, 1 (15), 1. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
12. Vorona, V.M., Shulha, M.O. (Eds.). (2015). *Ukrainian Society: monitoring of social change*, 2 (16). Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
13. Vorona, V.M., Shulha, M.O. (Eds.). (2016). *Ukrainian Society: monitoring of social change*, 3 (17). Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
14. Ruchka, A.O. (Ed.). (2002). *Sociocultural identities and practices*. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
15. Kostenko, N., Ruchka, A.O. (Eds.). (2008). *Media. Democracy. Culture*. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
16. Kostenko, N., Ruchka, A.O. (Eds.). (2010). *Subcultural variation in the Ukrainian society*. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
17. Kostenko, N. (Ed.). (2012). *Semantic morphology of society*. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
18. Kostenko, N. (Ed.). (2015). *Variability of culture: a sociological projection*. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine [in Ukrainian]
19. *Youth of Ukraine – 2015*. (2015). Ministry of youth and sports of Ukraine. Kyiv: GFK Ukraine [in Ukrainian]
20. Dmytruk, N., Padalka G., Kirieieva, S., Mostova, I., Bikla, O., Shelepa, V. (2016). *Values of Ukrainian youth. The results of a representative sociological study of the current youth state*. Kyiv: Ministry of youth and sports of Ukraine [in Ukrainian]
21. *Youth of Ukraine – 2017. Social Study results*. (2017). Ternopil: Terno-graf [in Ukrainian]
22. Bondar, T.V., Dmytruk, D.A. (2017). New Year sentiments and expectations: monitoring of Ukrainian population's public opinion, December of 2017. *Ukr. socium – Ukrainian society*, 4 (63), 168-177 [in Ukrainian]



23. Balakireva, O.M., Bondar, T.V., Pavlova, D.M., Ryngach, N.O., Bilous, Ie.I., Vasylashko, I.P., Patrikieieva, O.O., Sydiak, S.V., Sakovych, O.T., Shvets, O.V., Zabuzova, V.V., Balakireva, K.O., Lokteva, I.I. (2014). Indicators and social context of adolescent health. Based on the results of a sociological survey in the framework of the WHO international project “Health Behaviour in School-aged Children” HBSC. Kyiv: UNICEF, NGO “UISR after Oleksandr Yaremenko” [in Ukrainian]

24. Albenina, V.L., Sokuryanska, L.H. (Eds.). (2012). Ukrainian students in their search of identity. Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University [in Ukrainian]

25. Sokuryanska, L.H. (2016). Methodological and methodical problems of international comparative studies of students. In S. Shchudlo, P. Dlugosh (Eds.), *Youth policy: problems and prospects: collection of scientific works* (pp. 228-234). Drohobych – Zheshuv: Track LTD, 7 [in Ukrainian]

26. Kostenko, N. (2016). In the state of “emergency”: cultural effects. *Sotsiologhiia: teoriia, metody, marketynh – Sociology:theory, methods, marketing*, 4, 102-118 [in Ukrainian]

*Received on 16.03.18 and updated on 14.06.18*