

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Pleše

Vzorci kulturne potrošnje in spol

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Pleše

Mentorica: red. prof. dr. Tanja Oblak – Črnič

Somentorica: asist. Andreja Trdina

Vzorci kulturne potrošnje in spol

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

*Zahvaljujem se mentorici red. prof. dr. Tanji Oblak-Črnič
in somentorici asist. Andreji Trdina,
da sta me sprekeli pod svoje mentorstvo
in mi z nasveti pomagali pri pisanju diplomskega dela.
Hvala tudi mojim najblžnjim za vso podporo in pozitivno vzpodbudo.*

Vzorci kulturne potrošnje in spol

Avtorica v diplomskem delu obravnava kulturno potrošnjo v povezavi z vlogo spola. Osredotoča se na paradigma kulturnega kapitala Pierra Bourdieua ter skozi diferenciacijsko vlogo kulturne potrošnje prikaže sodobne teorije spolno-specifične participacije v kulturi. Diplomsko delo z metodo sekundarne analize na podlagi empirične raziskave na vzorcu anketirancev iz Ljubljane in Maribora, skozi različne dejavnike družbene neenakosti, ugotavlja spolno-specifične vzorce kulturne potrošnje. V povezavi z izobrazbo, pripadnostjo družbenemu razredu, kulturnim kapitalom družine in zakonskim stanom, se kulturna potrošnja anketirank v dveh najbolj urbanih področij pri nas, kaže skozi pogosto obiskovanje predvsem lokalov. Družbeni razred in izobrazba, kot dve glavni kategoriji neenakosti, strukturirata kulturno potrošnjo v smislu, da se z višjim razredom in izobrazbo anketirank kaže pogostejša participacija v kulturni potrošnji, ki je ob enem tudi bolj raznolika kot kulturna potrošnja pripadnic nižjega družbenega stanu in nižje izobrazbe.

Ključne besede: kulturna potrošnja, kulturni kapital, spol, neenakost.

Patterns of cultural consumption and gender

The author of the thesis deals with cultural consumption in relation to the role of gender. It focuses on Pierre Bourdieu's paradigm of cultural capital and through the differentiating role of cultural consumption displays modern theories of gender-specific participation in culture. The thesis uses the method of secondary analysis to empirically research a sample of respondents from Ljubljana and Maribor. Through various factors of social inequality the author determines gender-specific patterns of cultural consumption. In relation to education, social class position, cultural capital of family and marital status, the cultural consumption of the respondents in the two most urban areas in Slovenia is manifested through frequent visits to mostly bars. Social class and level of education as the two main categories of inequality, structure cultural consumption in a way that upper class and highly educated female respondents are more frequent participants in cultural consumption. Results of the analysis also show that their patterns of cultural consumption are more diverse than the cultural consumption of women of lower social status and education.

Key words: cultural consumption, cultural capital, gender, inequality.

KAZALO

1 UVOD.....	7
2 KULTURNI KAPITAL IN KULTURNA POTROŠNJA	10
2.1 KULTURNA POTROŠNJA KOT DRUŽBENA DIFERENCIACIJA	14
3 SPOL	19
3.1 RAZLIKOVANJE MED BIOLOŠKIM IN DRUŽBENIM SPOLOM TER KONSTRUKCIJA SPOLNIH VLOG	19
3.2 PRESEČIŠČA SPOLA IN RAZREDA	21
4 KULTURNE PRAKSE SKOZI SPOL.....	24
4.1 SPOLNO SPECIFIČNA KULTURNA SOCIALIZACIJA	27
4.2 SPOLNE RAZLIKE V DRUŽBENO-EKONOMSKEM POLOŽAJU	28
4.3 ZAKONSKI STAN IN VPLIV PARTNERJA NA KULTURNE PRAKSE	29
5 KULTURNA POTROŠNJA V LJUBLJANI IN MARIBORU	32
5.1 DEFINICIJE SPREMENLJIVK IN OPERACIONALIZACIJA	33
5.1.1 Demografske spremenljivke	33
5.1.2 Neodvisne spremenljivke	34
5.1.3 Odvisna spremenljivka	35
5.2 OPREDELITEV VZORCA IN ZBIRANJE PODATKOV.....	36
6 RAZBIRANJE PODATKOV	37
6.1 OPISNE STATISTIKE SPREMENLJIVK	37
6.2 BIVARIATNE ANALIZE	41
6.2.1 SPOL IN KULTURNA POTROŠNJA	41
6.2.2 IZOBRAZBENA IN RAZREDNA STRUKTURA V POVEZAVI S KULTURNO POTROŠNJO.....	43
6.2.3 VZORCI KULTURNE POTROŠNJE ŽENSK	44
6.2.4 RAZPRAVA.....	48
7 SKLEP	51
8 LITERATURA	54
PRILOGE	59
PRILOGA A: Grafični prikazi neodvisnih spremenljivk	59
PRILOGA B: Grafični prikazi in porazdelitve odvisnih spremenljivk	60
PRILOGA C: KONTINGENČNE TABELE, HI² TESTI, HISTOGRAMI	63
PRILOGA D: KORELACIJSKE MATRIKE.....	72
PRILOGA E: IZRAČUNI ZA ŽENSKE	78

KAZALO TABEL

Tabela 6.1: Spol	37
Tabela 6.2: Izobrazba	37
Tabela 6.3: Razredna pripadnost (ESeC)	38
Tabela 6.4: Izobrazba Očeta	39
Tabela 6.5: Izobrazba Partnerja	39
Tabela 6.6: Število otrok v gospodinjstvu med 0 in 17 let	40
Tabela 6.7: Porazdelitev spremenljivk sklopa Kulturna potrošnja	41
Tabela 6.8: Kontingenčna talela Spol * Kako pogosto obiščete umetniško galerijo	43
Tabela 6.9: Kulturna potrošnja žensk iz Ljubljane in Maribora	48

1 UVOD

Kultura je gonilo razvoja, spodbujevalec družbene povezanosti in način, s katerim se ohranja tradicija. Jezik, običaji in vrednostni sistem so kultura v najširšem pomenu besede, ki ležijo v osrčju individualne in skupinske (lokalne, nacionalne) identitete. Kultura torej hrani, varuje in izraža nacionalno samostojnost. Sodelovanje v kulturni izmenjavi je za večji del družbe neizbežno, kulturo konzumiramo vse življenje. Termin kulturna participacija združuje dejavnosti kulturne produkcije (prakticiranje umetnosti - ljubiteljski ali poklicni - ali kulturno produkcijo) in dve vrsti kulturne potrošnje - obiskovanje kulturnih ustanov in kulturnih dogodkov na eni ali sprejemanje umetnosti in kulturnih vsebin doma ter posedovanje kulturnih dobrin/produktov na drugi strani (Mrđa 2011, 13). Široko polje kulture in kulturne potrošnje je postalo pomembno interesno področje kulturnih industrij, marketinških in oglaševalskih agencij ter tudi političnih institucij, zato obstaja zanimanje za razumevanje in raziskovanje družbene funkcije kulture.

Preučevanje kulturne potrošnje je povezano z osnovnimi družbenimi oblikami delitve (spol, starost, izobrazba, razred, etnična pripadnost itd.). Sodobne teorije kulturne potrošnje so razdeljene v dve večji skupini. V prvi skupini so teorije, ki aktivnosti kulturne potrošnje povezujejo z družbenimi razredi, v drugi skupini pa teorije, ki zagovarjajo, da v sodobnih post-industrijskih družbah povezovanja kulturne potrošnje z družbeno stratifikacijo niso več smiselna. Pristope preučevanja pa bi lahko razdelili na sociološke, ekonomske, psihološke in marketinške (Mrđa 2011, 14).

Potrošnjo kulturnih »proizvodov« (umetniška dela, žanri, tipi kulturnih aktivnosti) povezujemo z izražanjem identitete posameznikov in družbenih skupin. Kulturne izbire imajo simbolno vrednost, igrajo pomembno vlogo v komuniciraju posameznikove osebnosti in pomagajo opredeliti njegov življenjski stil. Renerjeva ugotavlja, da »potrošništvo postaja poglavitni način identitetne komunikacije, življenjski stil pa znakovni mehanizem družbenega povezovanja in razlikovanja. Identitete fiksiramo v proizvodih, ki jih kupujemo, in jih nato uporabljamo kot identitetne znake, kot znake razločevanja in solidarnosti« (Rener 1998, 18).

Kulturne preference in prakse kulturne potrošnje predstavljajo pomemben dejavnik pri oblikovanju družbenih neenakosti. Kulturno potrošnjo lahko razumemo kot obliko

simbolne potrošnje, ki za njene potrošnike proizvaja določene statuse. Paradigma »kulturnega kapitala« Pierra Bourdieua (1984) zagotavlja najpomembnejšo sociološko perspektivo za opis nastajanja družbenih razlik skozi kulturno participacijo. Osnovna ideja je, da višji razredi razvijejo estetiko za »visoko« oziroma »elitno« kulturo, med tem ko nižji družbeni razredi preferirajo »množično« kulturo. V sodobni družbi je razmah popularne kulture pripomogel k razvoju novih teorij, ki poudarjajo, da ločevanje na visoko in nizko kulturo danes ni več smiselno, saj popularno kulturo konzumirajo posamezniki iz vseh družbenih razredov. Peterson in Kern (1996) na primeru glasbenega okusa ugotavljata, da so »kulturni snobizem«, ki temelji na rigidnih pravilih izključevanja, nadomestili kulturni »omnivori«, potrošniki, ki imajo večvrsten okus in črpajo iz raznolikih žanrov.

Tudi v Sloveniji, kjer so meje med družbenimi razredi šibke, je mogoče s pomočjo zgodovinsko specifičnega razumevanja kulturnega kapitala ugotavljati jasno ločene razredno-kulturne strukture (Luthar in Kurdija 2011, 982). Obširne raziskave, ki so v slovenskem prostoru proučevale kulturni kapital, okus, kulturne preference, vrednote in medijsko potrošnjo skozi razredno strukturo urbane populacije (glej zbornik Kultura in razred), se niso izrecno ukvarjale z vlogo spola. Številni avtorji (na primer Silva 2005; Lizardo 2005; Katz-Gerro 2006; Bennet in drugi 2009; Christin 2012) ugotavljajo, da je spol pomemben dejavnik kulturnih praks, saj da so po večini ženske bolj naklonjene potrošnji kulturnih dobrin kot moški.

V diplomske nalogi se tako ukvarjam s preučevanjem vloge spola v kulturni potrošnji. Cilj je prepoznati razlike med moškimi in ženskimi vzorci kulturnih praks in najti razloge za spolno-specifično kulturno potrošnjo. Glavna vprašanja, na katera odgovarjam v diplomskem delu, so: **ali so v kulturni potrošnji opazne spolne razlike? Kakšne so prakse kulturne potrošnje žensk? Ali so skozi spolne razlike izražene tudi razlike v družbenih razredih v strukturiranju kulturne potrošnje? Kakšna je vloga spola v odnosu do drugih oblik neenakosti (razred, izobrazba) pri strukturiranju kulturne potrošnje (ali spolne razlike morda presegajo obstoječe razredne razlike v kulturni potrošnji ali jih morebiti ojačujejo oz. slabijo)?**

Diplomsko delo je sestavljeno iz dveh delov. V prvem delu opredeljujem teorijo kulturnega kapitala, družbeno-diferenciacijsko vlogo kulturne potrošnje, pojme

biološkega in družbenega spola, presečišča spola in razreda ter kulturne prakse v povezavi s spolom, kjer me zanima tudi vpliv partnerja in družine na kulturno potrošnjo. Drugi del diplomske naloge je posvečen analizi empiričnih podatkov, ki so bili pridobljeni v okviru raziskave Kultura in razred. Na vzorcu anketirancev iz Ljubljane in Maribora sem preučevala kulturno potrošnjo žensk in moških. Na koncu diplomskega dela razpravljam o tem, če obstaja razlika v kulturnih praksah žensk in moških in kakšni so, glede na različne osi neenakosti, vzorci kulturne potrošnje žensk.

2 KULTURNI KAPITAL IN KULTURNA POTROŠNJA

Kako pogosto posamezniki obiskujejo kulturne dogodke in po drugi strani kako v njih sodelujejo veliko pove o družbi, ki jo sestavlajo, in o njenih značilnostih. Kultura je zato pomemben dejavnik in ima velik vpliv na podobo družbe, skozi »uporabo« kulture pa jo ljudje vseskozi bogatijo. Da posameznik (gledalec, poslušalec, kritik) prepozna vsebino kulturnega (umetniškega) produkta, ga mora konzumirati. Udeleževanje v kulturnem dogajanju ga hkrati tudi proizvaja in pomaga razvijati, razvijajo pa se tudi kulturne preference. Kot pravi Bourdieu, so kulturne preference družbeno funkcionalne in imajo ključno vlogo v razredni reprodukciji družbe (v Luthar in Kurdiča 2011, 983).

Zanimanje za preučevanje dejavnikov, ki vplivajo na posameznikovo participacijo v kulturi je v zadnjih dveh desetletjih doživelо dramatičen porast. Empirične raziskave so pokazale, da je udeleževanje v kulturno-umetniških dogodkih pogojeno z izpostavljenostjo umetnosti v adolescenci, pridobljeno izobrazbo, spolom, starostjo, etnično pripadnostjo in prihodkom¹ (Upright 2004, 129).

DiMaggio in Useem (1978) pravita, da je potrošnja visoke kulture (ki vključuje vizualne umetnosti, opero, balet, gledališče in klasično glasbo), preferenca, ki je v veliki meri posredovana iz generacije na generacijo in da razredne razlike pogosto pojasnjujejo različne potrošne vzorce.

Raziskave kulturne potrošnje so bile v veliki meri pod vplivom teorije francoskega sociologa Pierra Bourdieua. Bourdieu trdi, da je poznavanje in sodelovanje v umetnosti oblika kulturnega kapitala, ki služi za reprodukcijo razrednih hierarhij in družbenih struktur dominacije (Bourdieu 1984) in sposobnost privilegiranih skupin, da definirajo svojo kulturo kot superiorno kulturi nižjih razredov (Robbins v Bennett in drugi 2009, 11). Pojem kapitala je po Bourdieuju ključen – z njim označuje vse tiste dobrine posameznikov, skupin ali razredov, ki so družbeno redke ali zaželene in si jih zato družbeni akterji skušajo pridobiti (Škerlep 1998, 33). Za Bourdieua (v Bulc 2004, 77) so glavni dejavniki diferenciacije oblike kapitala, ki jih posamezniki

¹ Upright povzema sledeče avtorje: Bergozi in Smith (1996); Kracman (1996); O'Hagan (1996); Orenod (1998); van Eijck (1997); Robinson (1993).

posedujejo kot oblike družbene moči: ekonomski kapital (materialna lastnina, denarna sredstva), kulturni (ali informacijski kapital kot kulturno znanje in kompetenca), socialni kapital (povezave in članstvo v skupinah ter socialno poreklo) in simbolni kapital (oblika, katero zavzemajo različni tipi kapitala, ko so enkrat priznani za legitimne: prestiž, kompetenca itd.). Posamezniki se glede na posedovanje različnih kapitalov razvrščajo v različne družbene razrede. Tisti, ki imajo največ ekonomskega, socialnega, kulturnega in simbolnega kapitala pripadajo dominantnemu razredu, tisti, ki imajo teh kapitalov manj srednjemu razredu, tisti z zelo malo kapitalov pa pripadajo nižjemu razredu. Pomembno je dejstvo, da se sčasoma nesorazmerja med različnimi kapitali, ki jih posamezniki posedujejo, zmanjšujejo, hkrati pa si vsi posamezniki prizadevajo priti do čim več različnih kapitalov (Stankovič 1999, 235).

Kulturni kapital se na posamezni prenaša preko družine, izobraževalnih institucij in razredne pozicije v procesu socializacije. Razredna pozicija in z njo povezan stil življenja podeli posameznikovemu habitusu² specifično identiteto, ki strukturira njegov individualni sistem shem, ki je podoben sistemom shem posameznikov, ki so se razvijali v enakih ali podobnih pogojih (Škerlep 1998, 39). Habitus posameznika ali članov določenega razreda, ki je pomnožen s količino in sestavo njihovega akumuliranega kapitala, se odraža v okviru določenega socialno in funkcionalno izdiferenciranega polja v določenem tipičnem načinu delovanja. Iz te enotnosti habitusa na posameznikovi in skupinski ravni izhajajo enake preference okusa, ki se izražajo v specifični logiki vsakega »simbolnega podprostora« - od načina oblačenja, prehranjevanja, govornega nastopanja do izbire potrošniških in ožje kulturnih dobrin, na primer umetniških del in medijskih vsebin (Škerlep 1998, 40).

Kulturni kapital deluje podobo kot premoženje: tisti, ki ga imajo, z njim pridobijo na račun tistih, ki ga nimajo. Podobno kot pri ekonomskem kapitalu, je pri kulturnem mogoče govoriti o kroženju in akumulaciji. Kulturni kapital je utelešen, izobražen srednji razred je fizično in intelektualno socializiran v cenjenje »legitimne« kulture, ki

² Pojem habitus je Pierre Bourdieu opredelil kot »sistem trajnih in premostljivih dispozicij, strukturiranih struktur, ki so vnaprej določene, da bodo funkcionirale kot strukturirajoče strukture, se pravi kot načela, ki porajajo in organizirajo prakse in predstave« (Bourdieu 2002, 90). Habitus je način, »kako postane družba odložena v osebe v obliki vzdržljivih dispozicij ali priučenih zmožnosti in strukturiranih nagnjenj k mišljenju, čutenu in dejanjem na določene načine, kar jih nato vodi v ustvarjalne dogovore na prisile in zahteve njihovega sedanjega okolja« (Wacquant 2006, 126).

je institucionalizirana preko spoštovanja v izobraževalnem sistemu in kulturnem aparatu kot so muzeji in umetniške galerije (Bennett in drugi 2009, 11).

Kulturni viri so torej oblika kapitala zato, ker jih lahko preoblikujemo v druge vire, ki nam na določenih družbenih področjih omogočajo razlikovanje in prednost pred drugimi (Bourdieu v Kamin in Tivadar 2014, 165). Kulturni kapital se lahko pretvori v oblike ekonomske in socialne prednosti, na primer v široko socialno omrežje, družbeni ugled in spoštovanje, in je »uporaben za razmislek o obsegu različnih virov in znakov, iz katerih izvirajo kulturni in posledično tudi družbeni privilegiji« (Kamin in Tivadar 2014, 165).

Kulturni kapital je v pomoč pri razumevanju utelešenih vedenj posameznika in vključuje dispozicije oziroma kompetence, ki se lahko glede na socialno okolje izmenjujejo za druge oblike kapitala. Tu gre na primer za pismenost, telesno držo, naglas in druge sposobnosti, ki zadostujejo v določenem kontekstu in situaciji, z namenom narediti »vtis« na druge (Bourdieu v Tsaousi 2014, 4).

Bourdieu (1986, 17) predлага tri oblike kulturnega kapitala:

- (1) *utelešeni kulturni kapital* vključuje posameznikovo znanje, interes, jezik in sposobnosti;
- (2) *objektivizirani kulturni kapital* vključuje posedovanje slik, knjig, orodij in drugih kulturnih produktov; in
- (3) *institucionalizirani kulturni kapital*, ki vključuje posameznikovo izobrazbo in kvalifikacije.

Za potrebe raziskav praks kulturne potrošnje je merjenje kulturnega kapitala ključno. Tally Katz-Gerro in Meir Yaish (2014) teoretizirata dve prevladujoči oblici merjenja kulturnega kapitala: prvič, okus, ki predstavlja preference, in drugič, participacijo, ki predstavlja aktivno udeležbo. Merjenje kulturnega kapitala z okusom je bolj v skladu z Bourdieujevo teorijo, kjer so kulturne dispozicije oblika estetskega vrednotenja, ki se kultivira v družini in preko izobraževalnega sistema. Okus predstavlja bolj uglajeno obliko sodelovanja kot participacija (Silva v Katz-Gerro in Yaish 2014). Drugi pogled, ki za merjenje kulturnega kapitala zagovarja uporabo participacije, sloni na dejstvu, da je kulturna participacija vidna manifestacija družbenih meja, ki kategorije kulture naredi vidne (Veblen; Douglas in Isherwood v Katz-Gerro in Yaish 2014).

Aktivna udeležba ima večji pomen pri spodbujanju razredne solidarnosti in ekskluzivnosti, kot jo imajo kulturne preference ali estetika. Participacija je družbeno dejanje, ki označuje obvezo, med tem ko je okus »samo« izjava (Ostrower; Chan in Goldthorpe v Katz-Gerro in Yaish 2014). Katz-Gerro in Yaish ugotavlja, da sta tako okus kot participacija pomembna in dopolnjujoča se merska instrumenta kulturnega kapitala. Okus je predhodnik participacije, saj so posamezniki nosilci tako praks kot načinov znanja in želja. Habitus je močno povezan z okusi, ti pa so močno povezani s praksami.

Pridobivanje kulturnega kapitala je različno in odvisno od obdobja, družbe in družbenega razreda. Pridobivamo ga nezavedno in vseskozi ostaja označen skozi bolj ali manj vidne znake (na primer izgovarjava, značilna za določen razred ali regijo), ki pomagajo določiti njegovo razlikovalno vrednost (Bourdieu 1986, 18). Glede na »količino« kulturnega kapitala, ki ga posameznik posedeje, ta lahko ustvarja in ohranja identitete ter ustvarja meje med skupinami, hkrati pa lahko tudi označuje družbene razlike (Lamont in Molnar 2001, Warde 1994, Katz-Gerro 2002 v Tsaousi 2014, 4). Kulturni kapital je zelo pomemben tudi z vidika kulturnih kompetenc, ki jih ljudje pridobijo, med tem ko z načinom življenja in sprejemanjem potrošniških izbir ustvarjajo »občutek razlikovanja«. Kulturne kompetence so zmožnosti habitusa za proizvodnjo razvrščevalnih praks in produktov in sposobnosti za njihovo razlikovanje. Del posameznikovih kulturnih kompetenc je tudi sposobnost za razlikovanje med legitimnimi zalogami kulturnega kapitala, sposobnost za obvladovanje socialnih veščin pri uporabi pridobljenega kulturnega kapitala in tudi spretnost pri uporabi teh »sposobnosti« z namenom napredovanja v družbenih položajih (Murdock v Tsaousi 2014, 4).

Reprodukcia kulturnih kompetenc poteka preko družine in izobraževalnega sistema. Po navedbah Bourdieua otroci pridobijo primarni habitus in kulturni kapital predvsem preko družine. Kot poudarja Silva (v Tsaousi 2014, 4), socialno funkcijo legitimiziranja družbenih razlik izpolnjuje ravno kulturni kapital, ki hkrati tudi vzpostavlja kar je producirano (okus, znanje, sposobnosti) ter kar je konzumirano na področju kulture (slike, glasba, knjige) ali na osebnem področju (obleke, pohištvo). Zgodnje seznanjanje vzpostavlja legitimnost in zagotavlja »naravno« pridobitev družbenih dispozicij, ki so bistvena komponenta prenosa družbenih položajev. Dom in družina sta v središču zasebnega življenja, kjer imajo ženske kot matere in gospodinje

ključno vlogo pri posameznikovi zgodnji fazi razvoja in zagotavljajo prenašanje določenih vrednosti kulturnega kapitala, ki jih ni mogoče zagotoviti drugače (Silva v Tsaousi 2014, 5).

Paradigma kulturnega kapitala torej trdi, da samo kultivirani del zgornjega in srednjega družbenega razreda razvije pripravljenost za sodelovanje v kulturnih aktivnostih, med tem ko je drugi družbeni razredi ne razvijejo. Kulturna participacija v visoki kulturi je oblika kapitala, ker se razvija v nasprotju z okusi in preferencami nižjih družbenih razredov. Nižji razredi se navadno izogibajo formalnega kulturnega izraza, ker da je nepomemben za njihove življenske razmere in zato razvijejo okus nujnosti, z malo prostora za estetiko (Bourdieu v Willekens in Lievens 2016: 3).

2.1 KULTURNA POTROŠNJA KOT DRUŽBENA DIFERENCIACIJA

»Kulturne izbire nas pozicionirajo: nam in drugim povedo, kdo smo, in za nas in druge opredelijo, kdo nismo« (Bennett in drugi 2012, 265). Kultura in njena porazdelitev je stvar družbenih razlik in tudi družbene diferenciacije. Če kultura ljudi razlikuje v smislu ločevanja in v smislu povišanja enih nad druge, potem sledi, da ima opraviti tako z družbenim razlikovanjem kot tudi z družbeno neenakostjo. Prek udejanjanja okusa je kultura uporabljena za ločevanje uglednih od vulgarnih, družbeno 'visokih' od družbeno 'nizkih' (Bennett in drugi 2012, 266–267). Danes je razlika v količini kulturnega kapitala artikulacija razrednosti v zahodnih liberalnih demokracijah (Luthar in Koprivnik 2007).

Potrošniške izbire so po Bourdieju raznolike in niso naključne. Potrošne dobrine posedujejo določeno družbeno pomembnost kot znaki in simboli in torej imajo identitetno vrednost. Za Bourdieja so potrošniške izbire in pomeni, ki jih ustvarjajo, družbeno strukturirani: različne družbene skupine (moški, ženske, bogataši, siromašnejši) imajo v odnosu do potrošnje različen družbeni položaj, so različno družbeno pozicionirane (Bulc 2004, 74).

Kulturne izbire imajo osrednje mesto v reprodukciji družbene neenakosti, saj se razredni položaji sistematicno reproducirajo skozi že prej omenjene oblike kulturnega kapitala – utelešene, objektivirane in institucionalizirane. Kulturne prakse govorijo o tem, da se nekdo umesti oziroma je umeščen v sistemu družbene distinkcije. Kultura označuje družbene razlike, hkrati pa vzpostavlja, ohranja in uprizarja družbeno neenakost, saj so razlike skozi kulturne distinkcije prevedene v hierarhije (Luthar in Kurdija 2011, 985).

Idejo, da so dejavnosti potrošnje povezane z vzorci družbene in kulturne diferenciacije je razvijal že Veblen, ki je v svoji raziskavi razkazovalne potrošnje trdil, da je potrošnja osrednji pokazatelj družbenega statusa, pri čemer se njeni razkazovalni naravi ne more izogniti nobena družbena skupina, tudi če se nahaja nizko na družbeni lestvici. Kaj in kako trošimo za Bourdieua vedno vključuje naše ocene o nas samih, o našem družbenem položaju, kar po drugi strani omogoča drugim ljudem, da odkrijejo in umestijo naš okus v skladu s svojimi predstavami o raznolikosti družbenih položajev (Bulc 2004, 74).

Zagovorniki *argumenta homologije* poudarjajo, da sta družbena stratifikacija in kulturna potrošnja tesno povezani. Posamezniki iz višjega družbenega razreda po večini konzumirajo oziroma preferirajo 'visoko' ali 'elitno' kulturo, po drugi strani pa pripadniki nižjih družbenih razredov konzumirajo 'popularno' oziroma 'množično' kulturo (Chan in Goldthorpe 2007, 169). Prakse posameznikov in skupin imajo tako simbolno vrednost, ki jih postavlja na določeno pozicijo v družbenem sistemu klasifikacije. Posamezniki in skupine se skušajo v svojih izbirah in življenjskem stilu razločiti od tistih, ki so pod njimi, in približati tistim, ki so nad njimi. Vrednostna razlikovanja, ki izhajajo iz zaznave lastne pozicije v odnosu do pozicije drugih, se dogajajo povsem spontano, pogosto pa posamezniki in skupine uporabljajo tudi namerne strategije, da bi poudarili svojo različnost od razreda pod njimi in vzpostavili navidezno podobnost s skupino nad njimi, s katero se identificirajo in jo prepoznavajo kot posedovalca legitimnega življenjskega stila (Škerlep 1998, 40–42).

Lutharjeva in Kurdija (2011, 982) razdelita obravnave zveze med razredom, kulturo in vlogo kulturnega kapitala v družbenem razlikovanju na tri pristope: (1) *bourdiejevski pristop*, (2) pristop *radikalne individualizacije* (pristop poudarja, da je

razredno strukturiranje kulturnih praks zastarelo) in (3) pristop, ki obravnava teze o *omnivornosti* oziroma *univornosti kulturne potrošnje*.

Družbene prakse kulturne potrošnje, ki obsegajo ustvarjanje, označevanje in vzdrževanje družbene razlike, po Bourdieju utrjujejo in legitimirajo oblike moči in dominacije (v Storey 2012, 333). Čeprav je razredna dominacija v osnovi ekonomska, se kaže v obliki kulturne prevlade. Vir družbenih razlik in moči je simbolno premeščen iz ekonomskega polja v polje kulturne potrošnje. Zdi se, da je družbena moč rezultat specifične kulturne dispozicije. Na ta način proizvodnja in reprodukcija kulturnega prostora prispevata k proizvodnji in reprodukciji družbenega prostora, moči in razrednih razlik (Storey 2012, 333).

Potrebno je omeniti, da Bourdieu potrošnje ni razumel le kot način izražanja razlik med družbenimi skupinami, temveč kot sredstvo vzpostavljanja teh razlik (Bulc 2004, 75). Niso ga zanimale dejanske razlike, vendar, da te razlike kot sredstvo družbene reprodukcije uporabljajo dominantni razredi. Kar ljudje trošijo, ne odraža samo distinkcij in razlik, ki so umeščene drugje, potrošnja pa jih naredi vidne, ampak je kulturna potrošnja sredstvo, s katerim se te distinkcije in razlike proizvajajo, vzdržujejo in reproducirajo. Kar družbene skupine trošijo, je del strategije za ustvarjanje hierarhije družbenega prostora (Storey 2012, 333). Ljudje naj bi imeli potrebo po reproduciranju kolektivnega vzorca preferenc, utemeljenega na razredni pripadnosti. Pri tem je ključna količina kulturnega kapitala, ki jo človek posedeuje glede na vzgojo, socializacijo in izobraževanje (Bulc 2004, 75). Koncept kulturnega kapitala opravlja dve nalogi. Prva poskuša razložiti, kako so prednosti premoženja ali rojstva prevedene v družbeni prestiž, druga pa pojasci vzvode, prek katerih so vzorci družbene prednosti reproducirani v izobraževalnem sistemu in preko njega (Bennett in drugi 2012, 267). Naš okus za potrošne dobrine je odvisen prav od narave in količine kulturnega kapitala, ki ga premoremo: s pomočjo svojega kulturnega kapitala nekatere dobrine razumemo kot tiste, ki ustrezajo našemu družbenemu položaju, druge pa ne (Bulc 2004, 75). Za Bourdieuja je okus sila, ki proizvaja statusne delitve, ki vpliva na preference v kulturni potrošnji, ki jih je moč pripisati potrošnikovemu položaju na družbeni lestvici (Holbrook, Weiss in Habich 2004, 92-93). Okus je razločevalni dejavnik med družbenimi skupinami, ki razlike označuje in jih vzpostavlja. Okus za kulturne dobrine deluje v funkciji določitelja meja družbenih razredov: Bourdieu meni, da višji razredi izkazujejo svojo superiornost z nakupovanjem izdelkov, ki

spadajo v rang visoke kulture, medtem ko delavski razred raje kupuje preproste, vsakdanje, reproducirane kopije kanoniziranih umetniških del, ki ustrezajo dispozicijam varčnosti, neekscentričnosti in predstavi o »dobrem okusu« (Bulc 2004, 75). Niso pa pomembne samo razlike okusa, vendar tudi sposobnost prevladujočega razreda, da vrednost, ki je pripisana tem razlikam, vsili na način, da nekatere izbire veljajo kot »legitimne«, drugim izbiram pa ta legitimnost primanjkuje (Bennett in drugi 2012, 267). Rezultati Bourdieujeve raziskave so pokazali, da je vloga izobrazbe (tako formalno pridobljene, drugo šolanje in družinski prestiž) najpomembnejša pri oblikovanju razlik v okusu, in si je posledično zamislil kulturni sistem statusno oblikovanega okusa, ki temelji na razrednih razlikah ekonomskega in kulturnega kapitala (Holbrook, Weiss in Habich 2004, 92-93). Kompetentnost v »legitimnih« kulturnih kodih ustvarja kulturni kapital, ki je neenakomerno porazdeljen med družbenimi razredi, čeprav na videz deluje kot »naraven«, kot prirojen talent (Bennett in drugi 2012, 267).

Bourdieu višji razredni položaj povezuje s preferenco za visoko kulturo, oziroma da imajo dominanti družbeni razredi izrazit kulturni okus, ki ga uporabljajo kot indikator njihovega kulturnega kapitala, z namenom ohranjati primarni položaj v socialni, ekonomski in kulturni sferi (Bihagen in Katz-Gerro 2000, 328).

Dogodki visoke kulture so torej po Bourdieuju tipični za vladajoče razrede in so sredstvo za doseganje družbene moči, ki prispevajo k socialni izključenosti, kulturni dominanci in neenakosti. Visoka kultura je tako kazalnik in generator kulturnega kapitala, ali bolj splošno, družbenega položaja (DiMaggio in Useem 1978).

Pomemben prelom v preučevanju sociologije kulture in kulturne potrošnje je koncept Petersona in kolegov, ki so v seriji člankov dokumentirali in analizirali kulturni fenomen, ki povezuje kulturno širino s socialnim položajem. Njihov koncept orisuje kulturne omnivore, tipično člane socialne elite, ki izražajo naklonjenost različnim kulturnim okusom in sledijo kulturni hierarhiji: prefinjena, srednja in nizka³ (Peterson in Kern 1996). Prefinjena kultura se nanaša na kulturne forme, ki se štejejo za resne, zaželene in sofisticirane; srednji okus se nanaša na mainstream komercialne kulture; nizek okus se nanaša na žanre, ki so ukoreninjeni v marginalnih družbenih skupinah

³ Ang. »highbrow«, »middlebrow«, »lowbrow«.

in so povezani z etničnostjo, religijo in geografskim območjem (Peterson in Kern v Lopez-Sintas in Katz-Gerro 2005, 300).

Teze o omnivornosti/univornosti zagovarjajo, da homologija med visokim razrednim položajem in potrošnjo visoke kulture ne velja več in da so tisti z visokim kulturnim kapitalom najbolj goreči porabniki pop kulture. Nastal je nov model potrošnje, ki je strukturiran na osnovi razlikovanja med omnivornimi potrošniki in univornimi potrošniki. Omnivorni potrošniki imajo visok kulturni kapital in status (konsumirajo raznovrstno kulturo in črpajo tako iz popularne kulture kot iz visoke kulture); univorni potrošniki imajo malo kulturnega kapitala in nizek status, njihova kulturna potrošnja je enovrstna in konsumirajo komercialno popularno kulturo (Luthar in Kurdiča 2011, 990).

3 SPOL

Spol je določen na podlagi bioloških razlik med moškimi in ženskami, rodimo se z moškim ali ženskim telesom. Vendar pa je spol tudi družbeno-kulturni fenomen, ki posamezni deli v kategorije, vsako s svojimi predpisanimi vlogami, pričakovanji in stereotipi. V poglavju posvečenemu spolu so opredeljene razlike med biološkim in družbenim spolom, spolne vloge ter presečišča med spolom in družbenim razredom.

3.1 RAZLIKOVANJE MED BIOLOŠKIM IN DRUŽBENIM SPOLOM TER KONSTRUKCIJA SPOLNIH VLOG

Izraz spol se nanaša na biološke razlike med moškimi in ženskami, vendar pa mnogi uporabljajo razliko med biološkim (ang. 'sex') in družbenim spolom (ang. 'gender') (Haralambos in Holborn 1999, 589). Kot pravi Ann Oakley (2000, 97) so »biološko ljudje samci in samice, kulturno pa se morajo dokazovati kot moški in ženske«. Nadaljuje, da biološki spol opredeljuje specifične osebnostne poteze in vedenjske odzive, hkrati pa določa spolne vloge.

Biološki spol je moški in ženski, družbeni spol pa je lahko moškost (kar je po domnevi družbe primerno za moškega) in ženskost (kar je po domnevi družbe primerno za žensko)⁴ (Lindsey 2005, 4). Lindseyjeva opredeljuje, da je biološki spol predpisano stanje, saj se oseba v biološki spol rodi, družbeni spol pa je doseženo stanje, ker se ga je potrebno naučiti (2005, 4). Termin družbeni spol so sociologi začeli uporabljati v 70-ih letih prejšnjega stoletja, da so lahko opisali družbena pričakovanja, pravila in norme povezane z moškostjo in ženskostjo (Holmes 2009, 18). Družbeni spol označuje psihološke in emocionalne značilnosti posameznika, odraža se skozi obnašanje, prepričanja, vrednote, spolno usmerjenost in spolno identiteto. Percepcija družbenega spola je v veliki meri pod močnim vplivom kulture, zaradi pravil, navad in pričakovanj, ki zadevajo vedenje posameznika (Prijon 2008, 19). Družbeni spol se razvija v medsebojni odvisnosti z različnimi vlogami, osebnostnimi lastnostmi in komponentami identitete. Te konstrukcije so prežete s

⁴ Ang. »feminine«, »masculine«

kulturnimi vrednotami, ki se razlikujejo v času in prostoru in izhajajo iz procesov socializacije (McDermott in Hatemi 2011, 90).

Razlike med moškimi in ženskami torej niso samo biološke narave, spol se oblikuje na podlagi različnih družbenih situacij. Ali povedano drugače, spol in spolna razlika se po Goffmanu proizvajata, reproducirata in ritualizirata v institucionaliziranih družbenih praksah (Rener 2008, 49).

Večji del posameznikovega življenja je podvržen spolu, velja splošno prepričanje, da biološki spol označuje vedenje, torej da biološki spol določa spolne vloge. Vloge, povezane s spolom so pričakovane drže in vedenja, ki jih družba pričakuje od obeh spolov. Otrok se z biološkim spolom rodi, med tem ko družbenega razvije. Preko socialne interakcije otroci postopoma ponotranjijo družbene norme in pričakovanja, ki odgovarjajo njihovemu spolu (Giddens 2006, 459–460). Spolne vloge so torej družbeno konstruirane vloge, ki jih imajo moški in ženske. Naučimo se jih kmalu po rojstvu in ugotovimo, da so določene oblike obnašanja primerne za ljudi, ki pripadajo istemu spolu kot mi. Če se tem spolnim vlogam prilagodimo, smo deležni spodbud in nagrajevanja. Spolnih vlog se naučimo in niso posledica naravnih, bioloških razlik (Moore 1995, 57–58). Spolne razlike med moškimi in ženskami so posledica socializacije v različne spolne vloge. Socializacija je proces, ki je močno podvržen spolu in poteka v družini, šoli, prek medijev in širše družbe. Pričakovanja staršev do deklic in dečkov so različna (na primer bolj agresivnejše obnašanje dečkov je sprejemljivo, deklice morajo biti mile; spolno različne so tudi igrače in oblačila), prav tako na njih gledajo različno v izobraževalnem sistemu (Moore 1995, 58). Oakleyjeva poudarja, da je zgodnja socializacija otrok v družini še posebej pomembna za učenje delovanja posameznikov primerinem njihovemu spolu. Tako, ko je otrok rojen, ga ljudje obravnavajo različno, glede na to ali je deček ali deklica, te različne obravnave pa imajo pomembne posledice na otrokovo obnašanje (Oakley v Holmes 2009, 46).

Pomemben dejavnik pri produciranju spolnih vlog so tudi množični mediji, ki poudarjajo dve različni vlogi ženske: na eni strani skrbno ženo, mati in gospodinjo, na drugi zapeljivo, strastno žensko (Moore 1995, 58). Ali če se izrazim po freudovsko: belo žensko nasproti rdeči ženski.

Spolne razlike skoraj nikoli niso nevtralne, skoraj v vseh družbah je spol značilna oblika družbene stratifikacije. Kljub temu, da se vloge moških in žensk spreminjajo od kulture do kulture, praktično ne poznamo družbe, v kateri bi ženske imele večjo moč kot moški. Iz tega sledi da je »podrejenost« žensk medkulturna univerzalija, kar so dokazovali tudi npr. zgodnji antropološki raziskovalci pri preučevanju rodovnih skupnosti na Papui Novi Gvineji. Moške vloge nosijo več veljave kot ženske; ženske imajo v vseh kulturnah odgovornost skrbeti za otroke in gospodinjstvo, moška naloga pa je poskrbeti za preživetje. Prevladujoča delitev dela med spoloma je pripeljala do prevzema neenakih položajev moških in žensk pri delitvi moči, prestiža in bogastva.

3.2 PRESEČIŠČA SPOLA IN RAZREDA

Razlika v spolu ni odvisna samo od družbenih situacij, pomemben dejavnik pri konstruiranju družbenega spola je tudi posameznikova družbena pozicija.

Kakor je pomembno kulturno ozadje iz katerega posameznik izhaja, je pri oblikovanju moškosti in ženskosti ključnega pomena tudi družbeni razred (Holmes 2009, 43). V sodobni družbi so razredne delitve močno označene in se hkrati močno prekrivajo s spolnimi neenakostmi. Materialni položaj žensk je podvržen položaju njihovega očeta ali partnerja (moža), zato je razлага spolnih neenakosti z vidika družbenih razredov upravičljiva (Giddens 2006, 324). Goldthorpe pravi, da je v analizi razreda določanje položaja žensk na podlagi njihovega plačanega dela relativno nepomembno (v primerjavi z delom moških), in da se zato lahko konvencionalni položaj ženske določi na podlagi razreda, ki mu pripadajo njihovi možje (Goldthorpe v Giddens 2006, 324). Na trgu dela se tako ženske znajdejo v podrejenem položaju – v primerjavi z moškimi je bolj verjetno, da bodo ženske tiste, ki bodo zaposlene s polovičnim delovnim časom, poleg tega pa bo njihova zaposlitev prekinjena zaradi daljšega umika zaradi materinstva. Tradicionalno je večina žensk bila ekonomsko odvisna od svojih mož, iz česar sledi, da je njihov razredi položaj ureja razredni položaj moškega. Goldthorpopov argument so večkrat kritizirali. V precejšnjem deležu gospodinjstev je namreč dohodek žensk nujen za ohranjanje ekonomskega položaja in načina življenja celotne družine. Prav tako je delovno mesto žene, tudi če zasluži manj kot njen mož, lahko tisto, ki določa položaj družine. Vedno več je tudi gospodinjstev, kjer so ženske edine

hranilke. Danes razredni položaj družine določajo na podlagi prevladujočega hranilca, pa naj bo to moški ali ženska (Giddens 2006, 325–326).

Razredne hierarhije se ohranjajo z načini delovanja posameznikov, da bi se razlikovali od ljudi, ki so nižje na družbeni lestvici. Razredni habitus pa vključuje tudi posebne načine kreiranja in delovanja družbenega spola. V družbi so bolj cenjeni načini kreiranja spola srednjega in višjega družbenega razreda. Razmerje med razrednim habitusom in družbenim spolom je med ženskami iz delavskega razreda v Britaniji preučevala Beverly Skeggs (v Holmes 2009, 43). Na podlagi 12-letne raziskave je ugotovila, da se te ženske vsakodnevno borijo za ugled, saj ideje o tem, kdo in kaj je vreden ugleda, krepijo razredno hierarhijo. Preučevane ženske so imele nizek ekonomski, kulturni, socialni in simbolni kapital: bile so slabo plačane, z omejitvami pri doseganju formalne izobrazbe ter z malo poznanstvi z ljudmi na višjih položajih. Z vidika višjih družbenih razredov so imele nizek status. Skeggsova trdi, da pomanjkanje različnih oblik kapitala pri ženskah v njeni raziskavi odseva širše pomanjkanje pozitivnih ženskih identitet v delavskem razredu v Veliki Britaniji. Poudarja, da je za ženske poimenovanje »delavski razred« oznaka za nekaj umazanega, brezvrednega in nevarnega in da se iz tega razloga same nikoli niso že ele poimenovati kot delavke, še več, dezidentificirale so se s percepcijo sebe kot iz delavskega razreda. Priložnost za pridobitev ugleda in dolžnosti je za njih predstavljal zakon in tečaj nege, ki je pomenil pridobitev znanja o skrbi za otroka ter predstavljal možnost za »ugledno« plačano delo. Kljub temu, da je za preučevane ženske imela razredna delitev obroben pomen, je Skeggsova ugotovila, da je bistvenega pomena za njihov način življenja. Čeprav so se poskušale oddaljiti od identitete delavskega razreda, so jo s tem dejanjem le še bolj krepile (Giddens 2006, 232).

Razredne delitve so po Marxu odsev razlik v moči in statusi med spoloma. Marx razлага, da v zgodnjih oblikah družbe delitve na razrede in spolne delitve niso obstajale, ter da se je prevlada moških nad ženskami pričela ob pojavitvi razrednih delitev. Ženske so skozi utegeljitev zakona postale oblika »osebne lastnine« moških. Marx pravi, da bodo moške nadvlade ženske osvobojene takrat, ko bo prenehal obstajati sistem razredne delitve (Marx v Giddens 2006, 110).

Družbene strukture, kot je na primer razred, v modernem vsakdanu proizvajajo različne vzorce ženskosti in moškosti. Družbeni spol je kategorija, ki jo posamezniki (po)ustvarjajo, hkrati pa je zapovedana s strani drugih in okolice. Družbeni način strukturiranja družine, dela, izobraževalnega sistema, razreda in drugih hierarhij vpliva na kreiranje družbenega spola, vendar pa imajo kljub tem omejitvam posamezniki nekaj možnosti za ravnanje v skladu s svojimi prepričanji.

4 KULTURNE PRAKSE SKOZI SPOL

»Spol je priznano močna sila, ki strukturira organizacijo kulturnih okusov in praks ter pogosto preči razredne distinkcije ravno zaradi konvencionalnih spolnih vlog« (Luthar 2014, 91).

Spol ima pomembno vlogo pri oblikovanju kulturne potrošnje, pogosto na način, da se ženske po navadi bolj pogosteje kot moški vključujejo v kulturne aktivnosti visokega statusa. Ženske visoki kulturi pripisujejo več legitimnosti kot moški, njihova kulturna participacija pa ni povezana samo s družbeno-ekonomskimi dejavniki (Christin 2012, 424).

Dejstvo, da ženske pogosteje kot moški sodelujejo pri tradicionalnih prostočasnih dejavnostih visokega statusa (dogodki »visoke« kulture), je eden najbolj doslednih rezultatov empiričnih raziskav kulturne potrošnje. Za pojasnitev tega fenomena je bilo podanih več teorij, v večini ga razlagajo z dejavniki povezanimi s spolno-razlikovalnimi vzorci socializacije v adolescenci (Mohr in DiMaggio, Dumais, Kracman v Lizardo 2006) ali širše-družbenih kulturnih norm, ki potrošnjo visoke kulture opredeljujejo kot sfero žensk (Katz-Gerro in Sullivan; Bihagen in Katz-Gerro; Bourdieu; Collins; DiMaggio in Morh v Lizardo 2006, 3).

Bihagen in Katz-Gerro (2000) na primeru Švedske ugotavlja pomembnost spola pri oblikovanju vzorcev kulturne potrošnje. Rezultati raziskave so pokazali znatne razlike med spoloma v kulturni potrošnji; ženske se v prostem času bolj udejstvujejo v aktivnostih namenjenim intelektualcem kot moški, po drugi strani pa moški veliko bolj konzumirajo nezahtevne vsebine (gledanje televizije). Če upoštevamo višjo reprezentacijo moških na dominantnih pozicijah in priznamo nižjo pozicijo žensk v nekaterih družbenih sferah, bi lahko sklepali, da naj bi ženske praviloma konzumirale manj visoke kulture kot moški. Vendar pa večina empiričnih podatkov poda drugačne zaključke – ženske se bolj kot moški udeležujejo oziroma konzumirajo visoko kulturo (Bihagen in Katz-Gerro 2000, 328).

Lutharjeva (2014) v empirični študiji z naslovom »Kultura kot premoženje: kulturni arhetipi v Sloveniji« ugotavlja, da konvencionalne spolne vloge strukturirajo

organizacijo kulturnih okusov in kulturnih praks in pogosto presegajo razredne razlike. Spolne vloge so na dnu družbene lestvice izrazitejše kot pri vrhu, konkretnejše so okus, kompetence in prakse žensk delavskega razreda bistveno bolj spolno specifične kot je kulturni okus (ter kompetence in prakse) žensk višjega razreda (Luthar 2014, 91).

Številne študije so dokazale, da je spol pomemben, vendar tudi spregledan dejavnik v »bourdieujevskih« analizah stratifikacije kulturnega kapitala⁵ Na primer, Ericksonova trdi, da Bourdieujeva teorija distinkcij ne dopušča povezave s spolom ali identitetami. Prav tako Kane trdi, da lahko ženske uporabljajo tradicionalno visoko kulturo za ustvarjanje simbolnih mej med njimi in moškimi, ter da se strogo razumevanje Bourdieujeve teorije okusov – da je visoka kultura dominantna kultura – še posebej naslanja na spol (v Katz-Gerro in Sullivan 2010, 197).

Razlika med spoloma v kulturni participaciji je običajno pojasnjena skozi dejavnike kulturne reprodukcije in razrednih razlik (Christin; Silva; Tepper v Willekens in Lievens 2016, 2). Razvoj kulturnega kapitala v obliki estetskih dispozicij ima pri ženskah lahko večjo relativno vrednost kot ekonomski kapital, saj je področje kulture bolj sfera žensk, področje ekonomije pa bolj sfera moških (DiMaggio in Mukhtar; Tepper v Willekens in Lievens 2016, 2). Collins (1992, 219–225) zagovarja, da so ženske tiste, ki preoblikujejo razred v statusne oblike članstva. Ženske so namreč pogosto udeležene v produkciji in potrošnji kulture, moški pa so bolj dejavnii na področju materialne produkcije. Producija statusa, ki ga proizvajajo ženske, se odvija na več področjih. Prvič, kot statusna prezentacija doma, ki vključuje snažnost doma, stil opreme in predstavitev hrane. Odkrite in enostavne izjave statusa, kot sta red in materialno razkošje, se kažejo v domovih delavskega razreda, zgornji srednji razred pa se poslužuje bolj subtilne simbolične predstavitve. Drugič, v delavskem razredu so izključno ženske tiste, ki so odgovorne za prikaz statusa. Do razlik pride v višje-srednjem razredu, kjer nekatera ženska opravila prevzemajo moški, na primer pri pripravi ali prezentaciji hrane. Tretjič, obredna priprava hrane, ki v obliki prezentacije gostom predstavlja svojevrsten ritual, pripravljena hrana pa je v tem

⁵ Katz-Gerro in Sullivan navajata sledeče vire: McCall 1992; Erikson 1996; Wright 1997; Bihagen and Katz-Gerro 2000; Lovell 2000; Van Eijck 2001; Kane 2003; DiMaggio 2004; Katz Gerro and Sullivan 2004.

primeru ponujena na simbolnem trgu statusa v skupnosti. Tudi plačano delo, ki ga opravlja ženske, predstavlja produkcijo statusa, saj se pogosto odvija na področju kulture. Nekatere ženske opravljajo poklic igralke, umetnice, pisateljice itd. Velik del zaposlitve žensk predstavlja izobraževalni sektor, ki kulturno produkcijo opravlja v smislu generiranja kulturnega kapitala. Estetske vrednosti so utelešene v stilu fizičnih objektov, ki se prodajajo na specializiranih trgih, v samem jedru sektorja kulturne produkcije. Podjetja, ki jih imajo v lasti ženske, se v veliki meri manifestirajo v obliki manjših butikov in specializiranih trgovinic, ki prodajajo umetnine, starine in modna oblačila. Stranke takih podjetij so prav tako v veliki večini ženske. Naslednja sfera kulturne produkcije in potrošnje, ki preoblikuje razred v statusne oblike je sektor »roza ovratnikov«, sektor kozmetičark in frizerk, ki je osredotočen na ženska telesa. Statusna dinamika fizičnega izgleda se odraža v opazovanju in komentiraju pričesk in oblek med ženskami, kjer moški potrošniki nimajo mesta (Collins 1992, 225).

Položaj žensk v sistemu stratifikacije je kompleksen. Njihove zaposlitve zasedajo širok spekter položajev, od elitnih pozicij do fizičnih delavk v sektorju kulturne produkcije. Takšna dela nosijo kulturne komponente, ki jih bolj kot v znotraj-razredne konflikte, usmerjajo v statusno hierarhijo in njihovo prizadevanje za napredovanje po lestvici navzgor (Collins 1992, 227).

Kot ugotavljata Katz-Gerro in Jaeger (2013), so razlike med spoloma v kulturni participaciji in posedovanju kulturnega kapitala pomembne iz več razlogov. Če moški in ženske tekmujejo za ekonomski in kulturni kapital, pri čemer so ženske v slabšem položaju kot moški pri doseganju ekonomskega kapitala, bodo lahko ženske ta primanjkljaj nadomeščale na področju kulturnega kapitala in se udejstvovale v visoki kulturi (DiMaggio v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013). Drugič, ker se kulturna reprodukcija pojavlja predvsem v družini, je razumevanje vzorcev razporeditve spolne delitve dela v gospodinjstvu ključnega pomena za razumevanje procesa kulturne reprodukcije kot celote (DiMaggio, Kraaykamp in Van Eijck v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013). Tretji razlog se nanaša na splošno preučevanje potrošnje kot proces, ki je pogojen s spolom, in ki igra pomembno vlogo bodisi pri reprodukciji bodisi pri preoblikovanju neenakosti med spoloma pri dostopu do virov (Costa; de Grazia in Furlough; Lubar v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013).

V literaturi in številnih študijah je moč zaslediti tri področja, ki raziskujejo in razlagajo spolne razlike v potrošnji visoke kulture: spolno specifično kulturno socializacijo, spolne razlike v socialno-ekonomskem položaju ter vpliv zakonskega stana in partnerja.

4.1 SPOLNO SPECIFIČNA KULTURNA SOCIALIZACIJA

Kulturna potrošnja odraslega človeka je odraz spolno-specifičnih vzorcev socializacije v družini, saj se estetski okusi posameznika oblikujejo pod vplivom zgodnje socializacije v kulturi.

Procesi socializacije in pričakovanja o spolnih vlogah glede kulturnega kapitala, ki naj bi ga posedovali dečki in deklice, lahko predstavljajo razlog za razlike med spoloma v kulturni potrošnji. Stereotipi o spolnih vlogah vključujejo percepcije, da je visoka kultura »žensko« področje. V zgodnjih fazah socializacije se deklice bolj kot dečke spodbuja k udeleževanju v kulturnih aktivnostih (Donnat, Octobre v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013). Deklice so socializirane v spolne vloge, ki poudarjajo skladnost z visoko kulturo, kar vodi do večje naklonjenosti, da prevzamejo estetsko dispozicijo (Collins; Kaufman in Richardson; Weitzman v Willekens in Lievens 2016, 4). Po drugi strani so dečki socializirani v spolne vloge, ki poudarjajo samo-zadovoljstvo, za kar potrebujejo določeno stopnjo upora avtoriteti (Mickelson v Willekens in Lievens 2016, 4), in bodo zato manj naklonjeni prevzemanju estetske dispozicije, ki bi spodbudila zanimanje za visoko kulturo (Willekens in Lievens 2016, 4). Večje število deklic kot dečkov se udeležuje likovnih, glasbenih in plesnih krožkov, prav tako deklice bolj kot dečki obiskujejo knjižnico, koncerte, in muzeje (DiMaggio, Dumais v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013).

V klasični študiji DiMaggio ugotavlja (v Willekens in Lievens 2016, 4), da izpostavljenost umetnosti v otroštvu bolj vpliva na uspeh študentk, pripadnic višjega družbenega razreda, kot na uspeh študentov iz višjega družbenega razreda, kar pomeni, da se kulturni kapital lažje prenaša na deklice kot na dečke. DiMaggio (1982) navaja dva modela, ki razlagata ta pojav. V *modelu kulturne reprodukcije* je vpliv kulturnega kapitala na pridobivanje izobrazbe še posebej močan pri otrocih iz višjega

družbenega razreda, zaradi procesov socializacije v družini. Po drugi strani pa v *modelu kulturne mobilnosti* otroci iz nižjega družbenega razreda kulturni kapital uporabljajo kot sredstvo, saj kulturni kapital vpliva na doseženo izobrazbo ne glede na družinsko poreklo. Vpliv modela kulturne reprodukcije je še posebej močan za ženske, saj je kulturni kapital, pridobljen preko izpostavljenosti umetniškim aktivnostim, vplival na ocene študentk, katerih očetje so bili visoko izobraženi (DiMaggio 1982, 198).

Model spolne socializacije tako predvideva, da so ženske bolj nagnjene k procesom kulturne reprodukcije v družini in bodo bolj naklonjene participaciji v kulturnih aktivnostih, če so odrasle v družini, kjer je prisoten kulturni kapital (Willekens in Lievens 2016, 4). DiMaggio (v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013) izpostavlja tudi, da se prizorišča, kjer se odvija visoka kultura, dojema kot primerna za ženske.

Povzamemo lahko, da so ženske večje potrošnice visoke kulture, ker so bile skozi procese socializacije naučene ceniti umetnost že v otroštvu bolj kot moški. Collins (1992) ugotavlja, da je ta fenomen še posebej močan v družinah srednjega in višje-srednjega družbenega razreda. V družinah delavskega razreda so namreč ženske zadolžene za skrb za dom (čiščenje, kuhanje, nakupovanje), med tem ko v družinah višjega statusa ženske sodelujejo v raznih prostovoljskih organizacijah in aktivnostih visoke kulture (Collins 1992, 226). Zato starši srednjega in višje-srednjega razreda spodbujajo deklice k sodelovanju v kulturnih aktivnostih – misleč, da so umetniške in literarne dejavnosti bolj primerne za deklice (Octobre v Christin 2012, 426).

4.2 SPOLNE RAZLIKE V DRUŽBENO-EKONOMSKEM POLOŽAJU

Raziskave kulturne potrošnje dosledno dokumentirajo, da sta pridobljena izobrazba in družbeni položaj posameznika ključna indikatorja za potrošnjo visoke kulture. V sodobni družbi ženske dosegajo višjo izobrazbo kot moški in hitreje napredujejo po družbeni lestvici kot v preteklosti (Buchmann in DiPrete v Katz-Gerro in Meier Jeager 2013). Višja izobrazba žensk bi torej lahko utemeljila razlike med spoloma pri potrošnji visoke kulture (Katz-Gerro in Meier Jeager 2013).

Lizardo (2006) je poskušal razložiti razkorak v potrošnji dogodkov visoke kulture med moškimi in ženskami z vlogo zaposlitvenega statusa. Argumentira, da spolnih razlik v potrošnji visoke kulture ni, da pa se ta pojavi med respondenti, ki so zaposleni oziroma so del aktivne delovne sile – zaposlene ženske so bolj kot zaposleni moški aktivne v potrošnji visoke kulture. Po drugi strani med upokojenimi in študenti (torej med posamezniki izven delovne sile) spolnih razlik v potrošnji visoke kulture ni (Lizardo 2006, 24–25). Lizardo se nadalje opira na Bourdieujevo teorijo razrednih frakcij in ugotavlja, da višji ekonomski kapital v primerjavi s kulturnim kapitalom pri moških pripelje do hitrejšega zavračanja visoke kulture kot pri ženskah, s čimer se poveča razlika med spoloma (Bourdieu v Lizardo 2006, 20). Ženske so na delovnem mestu bolj ubogljive in bodo manj verjetneje zavrnile dominantno kulturo (visoko kulturo po Lizardu) podjetja, v katerem so zaposlene. Zato sledi, da »ženske, ki delajo v 'tržno-usmerjenih' podjetjih manj verjetneje zavračajo kulturo, ki jo preferirajo njihovi nadrejenih, kot moški, ki delajo v enakih podjetjih« (Lizardo 2006, 19). Ko imajo ljudje večjo količino ekonomskega kapitala v primerjavi s kulturnim kapitalom, so razlike med spoloma pri potrošnji visoke kulture večje.

Argument, ki zagovarja razliko v potrošnji visoke kulture med moškimi in ženskami je tudi poklic, ki ga opravljajo ženske. Collins (1992, 224–225) zagovarja, da se zaradi delitve med spoloma na področju dela, ženske zaposlujejo v kulturnem in izobraževalnem sektorju, takšni poklici pa so povezani z višjo stopnjo kulturnega kapitala.

4.3 ZAKONSKI STAN IN VPLIV PARTNERJA NA KULTURNE PRAKSE

Pretekle raziskave, ki so obravnavale razmerje med spolom in preživljanjem prostega časa, so pripomogle k oblikovanju *modela omejitev*. Ta argumentira spolne razlike v kulturni potrošnji glede na razlike moči med moškimi in ženskami v sodobni patriarhalni družbi, kjer so prostočasne aktivnosti žensk omejene s časom, priložnostmi, sredstvi in legitimnostjo. Ženske z največ omejitvami prostega časa oziroma v prostem času so poročene, matere in gospodinje. Ne samo da je kulturna

potrošnja za njih omejena, v veliki večini je tudi vezana na dom. Model omejitev torej implicira manjšo potrošnjo visoke kulture pri ženskah kot pri moških, vendar je ta argument v nasprotju z empiričnimi podatki. Po drugi strani pa bi ta model lahko bil uporaben pri razumevanju razlik v potrošnji poročenih in samskih žensk (Bihagen in Katz-Gerro 2000, 329).

Bihagen in Katz-Gerro (2000) sta prišla do zaključka, da so razlike med spoloma v kulturni potrošnji stabilne neodvisno od drugih socio-ekonomskih dejavnikov; ženske so bolj aktivne v sferi visoke kulture kot moški, po drugi strani pa imajo moški višjo potrošnjo nizkih oziroma nezahtevnih kulturnih vsebin. Te spolne razlike so značilne tudi ko jih preverjamo z izobrazbo, delovnim mestom oziroma zaposlitvenim statusom, starostjo, zakonskim stanom, krajem prebivališča in dohodkom (Bihagen in Katz-Gerro 2000, 343). Ker razlike obstajajo že v mladosti je verjetno, da je nagnjenost za visoko kulturo pri ženskah povezana s spolno socializacijo s specifičnim poudarkom na nekaterih ženskih dispozicijah (Chodorow v Bihagen in Katz-Gerro 2000, 344). Kljub glavnemu zaključku raziskave, da so razlike med spoloma v kulturni potrošnji stabilne, avtorja poročata, da se pri ženskah, ki so izkušene fizične delavke, ali brezposelne in so poročene oziroma živijo v skupnem gospodinjstvu s partnerjem, udeleževanje v visoki kulturi zniža veliko bolj kot pri moških (Bihagen in Katz-Gerro 2000, 349).

Ženske, ki živijo v partnerski zvezi, so bolj kot njihovi partnerji nagnjene za prevzemanje pobude k udeleževanju v kulturnih aktivnostih, še posebej, če imajo visoko stopnjo kulturnega kapitala (ali kadar je njihov kulturni kapital višji kot partnerjev) (Silva in Le Roux 2011, 562). V partnerskih zvezah so razlike med spoloma pri udeležbi manjše (razred je tisti, ki bolj definira višjo ali nižjo stopnjo participacije) in se ne kažejo bistveno pri obsegu in sestavi kulturnega kapitala. Prihaja pa do razlik, ko govorimo o tem, kaj je moškim in ženskam, ki so v partnerski zvezi všeč. Ženske imajo namreč večji okus za tradicionalne oblike kulture kot moški. Upright (2004) še ugotavlja, da je udeleževanje v kulturnih aktivnostih poročenih moških in žensk enako močno pogojeno s pridobljeno izobrazbo in kulturno socializacijo partnerja kot njihovo. Če sta stopnja partnerjeve kulturne socializacije in izobrazba visoka, je drugi bolj naklonjen k udeleževanju v kulturnih aktivnostih z ali brez partnerja (Upright 2004, 141). Ta proces velja tudi za razlike med spoloma: vpliv

ženske na partnerjevo udeleževanje v kulturi je močnejši kot vpliv moškega na partnerko.

5 KULTURNA POTROŠNJA V LJUBLJANI IN MARIBORU

Osrednja vprašanja, na katera skušam v diplomskem delu odgovoriti, so:

- Ali so v kulturni potrošnji opazne spolne razlike? Kakšne so prakse kulturne potrošnje žensk?
- Ali so skozi spolne razlike izražene tudi razlike v družbenih razredih v strukturiranju kulturne potrošnje?
- Kakšna je vloga spola v odnosu do drugih oblik neenakosti (razred, izobrazba) pri strukturiranju kulturne potrošnje (ali spolne razlike morda presegajo obstoječe razredne razlike v kulturni potrošnji ali jih morebiti ojačujejo oz. slabijo)?

Teoretična izhodišča zastavlja vprašanje, ali lahko tudi na slovenski populaciji govorimo o spolnih razlikah v kulturni potrošnji. Domnevam, da se prakse kulturne potrošnje v Ljubljani in Mariboru med ženskami in moškimi razlikujejo – ženske se v večji meri kot moški udeležujejo v kulturni potrošnji. Nadalje domnevam, da se bo razlika v kulturni potrošnji pokazala tudi skozi doseženo izobrazbo anketirancev – pričakujem pozitiven učinek dosežene izobrazbe na kulturno participacijo. Kulturne hierarhije se bodo domnevno manifestirale tudi skozi razredno stratifikacijo anketirancev iz Ljubljane in Maribora.

Na raziskovalna vprašanja sem poskušala odgovoriti s kvantitativno metodo raziskovanja. Analizirala sem podatke, ki so bili pridobljeni v okviru empirične študije Kulturna in razred (glej Luthar in drugi 2011), s pomočjo standardiziranega vprašalnika in osebnim anketiranjem prebivalcev mestne občine Ljubljana in Maribor, ki so bili starejši od 18 let.

Do odgovorov sem prišla z definiranjem in operacionalizacijo uporabljenih spremenljivk ter preverjanjem povezanosti med njimi, da bi ugotovila, kakšne so razlike med spoloma pri vzorcih kulturne potrošnje ter v povezavi z drugimi osmi neenakosti.

5.1 DEFINICIJE SPREMENLJIVK IN OPERACIONALIZACIJA

5.1.1 Demografske spremenljivke

Demografske spremenljivke spremeljajo vsako raziskavo, v moji raziskavi je ključna demografska spremenljivka spol, saj me v prvi vrsti zanimajo razlike med ženskami in moškimi. Drugi demografski spremenljivki sta še izobrazba in poklic oziroma poklicni razred. Dosežena izobrazba je povezana s potrošnjo (visoke) kulture, kot sem opisala v prejšnjih poglavjih. Poklic je uporabljen za določanje razrednega položaja anketirancev, pri čemer sem si pomagala s kategorijami določenimi na podlagi Goldthorpove klasifikacije, uporabljene v raziskavi Razred in kulturne distinkcije (Luthar in Kurdič 2011, 985).

Demografske spremenljivke so bile izmerjene z naslednjimi vprašanji:

Spol:

1 – moški 2 – ženski

Izobrazba:

Navedite zadnjo šolo, ki ste jo končali:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1 - nedokončana osnovna šola | 7 - dokončana 2-letna višja šola |
| 2 - dokončana osnovna šola | 8 - dokončana visoka šola |
| 3 - nedokončana strokovna ali srednja šola | 9 - nedokončana fakulteta, akademija |
| 4 - dokončana 2 ali 3-letna strokovna šola | 10 - dokončana fakulteta, akademija |
| 5 - dokončana 4-letna srednja šola | 11 - dokončan magisterij ali doktorat |
| 6 - nedokončana višja ali visoka šola | 99 - b.o. |

Izobrazba partnerja:

Sprašujemo za vašega zakonca oz. partnerja/partnerko. Navedite zadnjo šolo, ki jo je končal/a:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1 - nedokončana osnovna šola | 7 - dokončana 2-letna višja šola |
| 2 - dokončana osnovna šola | 8 - dokončana visoka šola |
| 3 - nedokončana strokovna ali srednja šola | 9 - nedokončana fakulteta, akademija |
| 4 - dokončana 2 ali 3-letna strokovna šola | 10 - dokončana fakulteta, akademija |
| 5 - dokončana 4-letna srednja šola | 11 - dokončan magisterij ali doktorat |
| 6 - nedokončana višja ali visoka šola | 99 - b.o. |

Poklicni razred:

Kakšno delo oziroma poklic opravljate sedaj? Če sedaj ni zaposlen: Kakšen je bil vaš zadnji (glavni) poklic pred upokojitvijo oz. preden ste izgubili zaposlitev?

99997 - odklonil odgovor

99999 - b.o.

99998 - ne vem

00000 - nikoli ni bil zaposlen

5.1.2 Neodvisne spremenljivke

KULTURNA SOCIALIZACIJA je povezana z izobrazbo očeta. Ljudje, ki izhajajo iz družine, kjer so starši višje izobraženi, so bili v otroštvu in mladosti izpostavljeni kulturni potrošnji, kar vpliva na njihovo vedenje in kulturno participacijo v odraslem življenju. Izobrazba očeta nam pove, koliko znanja je bilo na posameznika prenesenega že v primarni socializaciji. Pretekle raziskave so potrdile, da so deklice bolj kot dečki naučene ceniti kulturo in umetnost, zato kasneje v življenju bolj sodelujejo v kulturni potrošnji (Katz-Gerro in Meier Jaeger 2013).

Izobrazba očeta:

Kakšna je (bila) izobrazba vašega očeta?

99997 - odklonil odgovor

99999 - b.o.

99998 - ne vem

VPLIV PARTNERJA IN ŠTEVILA OTROK bom merila z dvema neodvisnima spremenljivkama, in sicer s stopnjo dosežene izobrazbe partnerja in številom otrok v gospodinjstvu, starih do 17 let. Posamezniki se bodo, kot ugotovljeno v poglavju 4.3, bolj udeleževali kulturnih dogodkov, če ima njihov partner visok kulturni kapital. Po drugi stani pa število otrok lahko predstavlja omejitev pri kulturni potrošnji žensk, zaradi omejitev v prostem času (glej poglavje 4.3).

Zakonski stan:

Kakšen je vaš trenutni zakonski stan?

- | | |
|--|--|
| 1 - samski/a, nikoli nisem bil/a poročen/a | 2 - sem v stalni zvezi, a ne živiva skupaj |
| 3 - sem v stalni zvezi in živim s partnerjem | 4 - poročen/a (tudi izven zakonska skup.) |
| 5 - razvezan/a | in živim s partnerjem |
| 6 - vdovec/a | 8 - ne vem |
| | 9 - b.o. |

Otroci v gospodinjstvu:

Navedite število oseb, ki z njimi živite v skupnem gospodinjstvu – vključno z vami:

- a) skupaj vseh oseb: _____
- b) od tega odraslih od 18 let naprej: _____
- c) od tega otrok in mladine od vključno 6 do 17 let: _____
- d) od tega otrok mlajših od 6 let: _____

5.1.3 Odvisna spremenljivka

KULTURNA POTROŠNJA v mnogih empiričnih raziskavah obsega participacijo na kulturnih dogodkih zunaj doma, predvsem pa se raziskave, ki preučujejo razlike med moškimi in ženskami, omejujejo na dogodke visoke kulture. V diplomskem delu bi rada preučila vzorce kulturne potrošnje v povezavi s spolom, zato sem se na podlagi prebrane literature odločila, da med kulturno potrošnjo vključim spremenljivke, ki so merile raznolike prakse kulturne potrošnje. Kulturna potrošnja je definirana na podlagi sledečih 8 spremenljivk: 1. Pogostost obiskovanja kina; 2. Pogostost obiskovanja muzeja; 3. Pogostost zahajanja zvečer v lokal na pijačo; 4. Pogostost obiskovanja gledališča; 5. Pogostost obiskovanja Špas teatra oz. temu podobnih gledališč; 6. Pogostost obiskovanja koncertov popularne glasbe (pop, rock); 7. Pogostost obiskovanja opere, baleta in koncertov klasične glasbe; 8. Pogostost obiskovanja umetniške galerije.

Prosimo vas, da poveste, kako pogosto zahajate v/na ...

- a) kino
- b) muzej
- c) zvečer v lokal na pijačo
- d) gledališče

- e) Špas teater in ostala podobna gledališča f) koncert popularne glasbe (rock, pop)
g) opero, balet ali koncert klasične glasbe h) umetniško galerijo :
1 - vsaj 1-krat tedensko;
2 - manj pogosto, a vsaj 1-krat mesečno; 4 - 1-krat letno ali manj;
3 - manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno; 5- nikoli

V analizi uporabljam širši termin kulturna potrošnja, ki zajema vse zgoraj navedene oblike kulturne participacije. Pri preverjanju mojih podatkov v statistični analizi pa se bom osredotočila tudi na vse posamične spremenljivke, saj me zanimajo razlike v obiskovanju na primer kina in muzeja.

5.2 OPREDELITEV VZORCA IN ZBIRANJE PODATKOV

Podatki za statistično analizo so bili pridobljeni v okviru raziskovalnega projekta Medijska potrošnja, razred in kultura, ki je bil izveden med 1. 12. 2010 in 15. 2. 2011. Anketirane so bile polnoletne osebe, ki imajo stalno prebivališče v Mestni občini Ljubljana in Mestni občini Maribor. Vzorec anketirancev je bil izbran naključno – šlo je za enostavni naključni vzorec. Zbiranje podatkov je potekalo na terenu, anketarji so opravili 820 intervjujev (Luthar in drugi 2014, 244–245). Vprašalnik razred in kultura je vseboval več sklopov, med njimi tudi sklop o kulturnih okusih, znanju in praksah. Na tem mestu se posebej zahvaljujem red. prof. dr. Bredi Luthar, vodji projekta Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija (v okviru katere so se pridobivali podatki), za dovoljenje za uporabo pridobljenih podatkov za namene te diplomske naloge.

6 RAZBIRANJE PODATKOV

Spol je eden pomembnejših stratifikacijskih faktorjev v družbi (Jacobs v Dumais 2002, 45). Černigoj-Sadarjeva (1991, 9, 96) poudarja, da je spol tisti dejavnik, ki pogosto pojasni največ variance pri vzorcih aktivnosti v prostem času, ter da ženske v svojem prostem času pripisujejo večji pomen kulturnim in socialnim dejavnostim (na primer gledališče, film, prostovoljno delo). V diplomski nalogi me predvsem zanima, ali na vzorcu anketirancev prihaja do razlik v kulturni potrošnji med moškimi in ženskami. Prvi korak v analizi je bil preverjanje opisnih statistik in frekvenčnih porazdelitev mojih spremenljivk, nato pa je sledilo preverjanje povezanosti med njimi, kjer sem se poslužila bivariatne analize, to je izračuna koeficientov korelacije, kontingenčnih tabel in primerjave povprečij.

6.1 OPISNE STATISTIKE SPREMENLJIVK

Spol

Tabela 6.1: Spol

		Št. odgovorov	Odstotek	Veljavni odstotek	Zbirni odstotek
Veljavni	moški	404	49,2	49,4	49,4
	ženski	414	50,5	50,6	100,0
	Skupaj	818	99,7	100,0	
Manjkajoči	brez odg.	2	,3		
Skupaj		820	100,0		

Iz tabele 6.1 je razvidno, da je med respondentni nekaj malega več žensk kot moških, in sicer v razmerju 50,6 % žensk in 49,4 % moških, kar ustreza splošni populaciji.

Izobrazba

Tabela 6.2: Izobrazba

		Št. odgovorov	Odstotek	Veljavni odstotek	Zbirni odstotek
Veljavni	osnovna	87	10,5	10,6	10,6
	poklicna	117	14,3	14,4	25,0
	sred. strokovna	205	25,0	25,2	50,3
	sred. splošna	134	16,3	16,5	66,8
	višja, visoka in več	270	33,0	33,2	100,0
	Total	813	99,1	100,0	
Manjkajoči	Sistemski	7	,9		
Total		820	100,0		

Vrednosti spremenljivke Izobrazba sem s pomočjo ukaza »recode« združila v 5 novih. Iz tabele 6.2 je razvidno, da je med anketiranci največ takih z višjo in visoko izobrazbo, predstavljajo 33 %, najmanj pa je tistih z osnovnošolsko izobrazbo (10,6 %).

Poklicni razred

Tabela 6.3: Razredna pripadnost (ESeC)

		Št. odgovorov	Odstotek	Veljavni odstotek	Zbirni odstotek
Veljavni	rutinski delavci/ nižji uslužbenci	281	34,3	43,2	43,2
	srednja zaposl. struktura/ uslužbenci, samozaposleni	132	16,0	20,2	63,5
	nižji managerji/ višji zap.p./ profesorji	147	18,0	22,7	86,1
	Višji managerji/ najvišji zap. položaji/direktorji	90	11,0	13,9	100,0
	Skupaj	650	79,3	100,0	
Manjkajoč	Sistemski	170	20,7		
	Skupaj	820	100,0		

Na podlagi posameznikovega poklica je bila določena delitev vzorca na 4 osnovne razrede. Delitev sledi osnovnim kategorijam, ki jih predpostavlja klasifikacija ESeC (European Socio-economic Classification); 4 kategorije so 1 – spodnji razred (rutinski delavci, nižji uslužbenci); 2 – srednji razred (srednja zaposlitvena struktura, uslužbenci, samozaposleni); 3 – višji srednji razred (nižji in srednji managerji, višje zaposlitvene kategorije, strokovnjaki); 4 – zgornji razred (višji managerji, najvišje zaposlitvene kategorije, direktorji) (Kurdija v Luthar 2014, 245). Iz tabele 6.3 je razvidno, da je največ posameznikov pripadnikov spodnjega razreda, kar 43,2 %, srednji in višji srednji sta približno enaka, slabih 14% anketirancev pa je pripadnikov zgornjega razreda.

Izobrazba očeta

Tabela 6.4: Izobrazba Očeta

		Št. odgovorov	Odstotek	Veljavni odstotek	Zbirni odstotek
Veljavni	osnovna	178	21,7	25,1	25,1
	poklicna	217	26,4	30,5	55,5
	sred. strokovna	135	16,5	19,0	74,5
	sred. splošna	41	5,0	5,7	80,3
	višja, visoka...	140	17,1	19,7	100,0
	Skupaj	711	86,7	100,0	
Manjkajoči	System	109	13,3		
Skupaj		820	100,0		

Podobno kot pri izobrazbi respondentov, sem pri spremenljivki izobrazba očeta združila vrednosti v 5 novih in iz frekvenčnih porazdelitev ugotovila, da ima največ anketirancev očete z doseženo poklicno izobrazbo, teh je 30,5 %, sledijo pa tisti z osnovnošolsko izobrazbo (25 %). Približno enak odstotek je tistih z višjo oz. visoko (19,7 %) in srednjo strokovno izobrazbo (19 %).

Izobrazba partnerja

Tabela 6.5: Izobrazba Partnerja

		Št. odgovorov	Odstotek	Veljavni odstotek	Zbirni odstotek
Veljavni	osnovna	44	5,3	8,7	8,7
	poklicna	73	8,9	14,6	23,4
	sred. strokovna	117	14,2	23,4	46,8
	sred. splošna	78	9,5	15,5	62,3
	višja, visoka...	188	22,9	37,7	100,0
	Skupaj	499	60,8	100,0	
Manjkajoči	System	321	39,2		
Skupaj		820	100,0		

Zopet sem s pomočjo programa SPSS izračunala 5 vrednosti za doseženo izobrazbo partnerja naših respondentov. Iz tabele 6.5 razberem, da je skoraj 40% partnerjev anketirancev takih, ki imajo višjo ozziroma visoko izobrazbo, sledijo pa tisti z doseženo srednjo strokovno izobrazbo (23,4 %). Le 8% ima samo osnovnošolsko izobrazbo.

Število otrok v gospodinjstvu starih od 0 do 17 let

Tabela 6.6: Število otrok v gospodinjstvu med 0 in 17 let

		Št. odgovorov	Odstotek	Veljavni odstotek	Zbirni odstotek
Veljavni	0	12	1,5	4,7	4,7
	1	138	16,8	53,6	58,3
	2	93	11,3	36,1	94,4
	3 ali več	14	1,7	5,6	100,0
	Skupaj	257	31,3	100,0	
Manjkajoč	System	564	68,7		
Skupaj		820	100,0		

Pri določanju števila otrok v gospodinjstvu sem seštela navedeno število oseb v gospodinjstvu, ki so stari med 6 in 17 let in ki so mlajši od 6 let. Potem sem seštevke razporedila v 4 kategorije: 0 otrok, 1 otrok, 2 otroka ter 3 ali več otrok. Iz tabele 6.6 je razvidno, da je največ gospodinjstev takih, ki imajo enega otroka, v našem vzorcu je to slabih 54 %. Približno enako je takih gospodinjstev, ki nimajo nič otrok (4,7 %) in takih, ki imajo 3 ali več (5,6 %).

Kulturna potrošnja

Za merjenje odvisne spremenljivke kulturna potrošnja sem uporabila podatke iz 8 zastavljenih vprašanj v anketi »Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija«. Vprašanja so merila pogostost zahajanja na kulturne dogodke. Pri prvih izračunih frekvenc sem ugotovila, da vrednost 1 (obiskovanje dogodkov 1-krat tedensko) zelo odstopa od ostalih, zato sem rekodirala vrednosti, in sicer sem združila vrednosti 1 (=vsaj 1-krat tedensko) in 2 (=manj pogosto, a vsaj 1-krat mesečno) v novo vrednost 1=pogosto ali vsaj 1- krat mesečno. Ostale vrednosti sem pustila nespremenjene (2=manj pogosto, a vsaj 1-krat letno, 3=1-krat letno ali manj, 4=nikoli).

Tabela 6.7 prikaže porazdelitve naših spremenljivk. Razvidno je, da se 4 od 8 spremenljivk ne porazdeljujejo normalno – to preverim z vrednostmi koeficientov sploščenosti in asimetrije, ki normalno porazdelitev spremenljivk opredeljujeta na intervalu med -1 in 1. Vrednost 0 pomeni, da je spremenljivka simetrična oziroma normalno porazdeljena, sicer pa velja, da je asimetrična v desno, če je koeficient asimetrije pozitiven in asimetrična v levo, če je koeficient negativen. Podobno velja za koeficient sploščenosti: če je negativen, je porazdelitev bolj sploščena in bolj

koničasta, če je pozitiven (Kropivnik in drugi 2006, 29). Grafični prikazi – histogrami – za posamezne spremenljivke se nahajajo v prilogi B.

Tabela 6.7: Porazdelitev spremenljivk sklopa Kulturna potrošnja

		Kako pogosto obiskujete kino	Kako pogosto obiskujete muzej	Kako pogosto zahajate zvečer v lokal na pijačo	Kako pogosto obiskujete gledališče	Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.	Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo
N	Veljavni	816	815	817	817	817	816	817	815
	Manjkajoči	5	6	3	3	3	4	3	6
Koefficient asimetrije (Skewness)	-,090	-,847	,621	-,510		-,775	-,611	-1,054	-1,375
Std. Error of Skewness	,086	,086	,086	,086		,086	,086	,086	,086
Koefficient sploščenosti (Kurtosis)	-1,302	-,177	-1,368	-,901		-,496	-,833	-,024	,912
Std. Error of Kurtosis	,171	,171	,171	,171		,171	,171	,171	,171

6.2 BIVARIATNE ANALIZE

6.2.1 SPOL IN KULTURNA POTROŠNJA

Za preverjanje povezanosti med spremenljivkami sem najprej naredila večrazsežnostne frekvenčne porazdelitve oziroma kontingenčne tabele, s pomočjo katerih sem izračunala statistike, ki omogočajo sklepanje o povezanosti spremenljivk. Na osnovi hi-kvadrat testa ugotovim, ali je povezanost statistično značilna in ali lahko povezanost iz vzorca posplošim na celotno populacijo⁶.

Preverila sem povezanost glavne neodvisne spremenljivke spol z odvisnimi spremenljivkami sklopa kulturna potrošnja. Hi-kvadrat test je pri vseh osmih izračunih zanesljiv (tabele v prilogi C), torej je nadaljnja interpretacija smiselna. Signifikanca oziroma stopnja značilnosti tveganja ob zavrnitvi ničelne domneve, ki

⁶ Zanesljivost testa pokaže pričakovana frekvenca v celicah kontingenčne tabele, ki ne sme biti manjša od 5. Če je test zanesljiv, je nadaljnja interpretacija smiselna. Moč povezanost spremenljivk preverimo s Cramerjevim koeficientom V, ki se nahaja na intervalu med 0 in 1 – pri 0,1 je povezanost šibka, pri 0,3 pa je že močna (Kropivnik in drugi 2006, 38).

predpostavlja, da povezanost med spremenljivkami ni statistično značilna, zavrnemo, če je manjša od 0,05. Pri preverjanju tega koraka v analizi ugotovim, da je statistično značilna povezanost na našem vzorcu samo med spolom in zahajanjem zvečer v lokal na pijačo ter med spolom in obiskovanjem opere, baleta in koncertov klasične glasbe. Pričakovano, tako moški kot ženske pogosto zahajajo zvečer v lokal na pijačo (dobrih 46 % žensk in skoraj 59 % moških), kljub temu pa vseeno na pijačo nikoli ne hodi 22% moških in 30,5 % žensk⁷. Pri obiskovanju opere, baleta in klasičnih koncertov so v največjem deležu neobiskovalci, kar 62 % moških in 52 % žensk jih ne obišče nikoli. Enkrat letno ali manj, torej zelo redko, opero obišče 25 % žensk in 20 % moških. Pogosto tja zahaja le 5 % žensk in le 3 % moških.

Dobljeni rezultati kažejo na to, da pri potrošnji kulture ne gre toliko za vprašanje pogostosti. Razlike namreč niso opazne pri udeleževanju posameznikov v kulturni potrošnji pogosto ali pa redko, vendar gre bolj za vprašanje o tem, ali se moški in ženske sploh udeležujejo dogodkov ali ne – rezultati kažejo, da se velika večina anketirancev nahaja med neobiskovalci.

Pri pogostosti obiskovanja kina, muzeja, gledališča, Špas teatra ipd., koncertov popularne glasbe, opere, baleta, koncertov klasične glasbe in umetniške galerije ugotovim, da v (veliki) večini tako moški kot ženske nikoli ne obiskujejo omenjenih kulturnih dogodkov oziroma ustanov (kontingenčne tabele v prilogi C). Pri deležih obiskovanja oziroma neobiskovanja najbolj izstopa obiskovanje umetniških galerij – teh nikoli ne obišče kar 66,8 % moških in 61 % žensk (glej tabelo 6.8). Približno enakomerno je pogostost razdeljena pri obiskovanju kina in gledališča. Porazdelitve kažejo, da 31 % moških obišče kino nekajkrat letno, tja nikoli ne zaide 25,6 % moških, med tem ko nekajkrat letno obišče kino slabih 28 % žensk, nikoli pa 33 %.

Pri obiskovanju gledališč sicer prevladujejo deleži tistih, ki ga nikoli ne obiščejo, je pa dobrih 22 % moških in 23 % žensk takih, ki ga obiščejo nekajkrat letno. Podobno se zgodi pri obiskovanju koncertov popularne glasbe: 25 % moških in dobrih 20 % žensk obiskuje koncerte popularne glasbe (pop in rock) nekajkrat letno.

⁷ Pomembno je poudariti, da je analiza v diplomskem delu sekundarne narave in je omejena z že obstoječim vprašankom. Morda bi rezultati bili drugačni, če v vprašalniku ne bi bil kot oblika kulturne potrošnje ponujen odgovor »zahajanje v lokal na pijačo«.

Tabela 6.8: Kontingenčna talela Spol * Kako pogoste obiščete umetniško galerijo

			Spol		Total	
			moški	ženski		
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	14	12	26	
		% within Spol	3,5%	2,9%	3,2%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	40	54	94	
		% within Spol	10,0%	13,1%	11,5%	
	1-krat letno ali manj	Count	79	95	174	
		% within Spol	19,7%	23,0%	21,4%	
	nikoli	Count	268	252	520	
		% within Spol	66,8%	61,0%	63,9%	
Total		Count	401	413	814	
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%	

6.2.2 IZOBRAZBENA IN RAZREDNA STRUKTURA V POVEZAVI S KULTURNO POTROŠNJO

Iz korelacijske matrike (tabela v prilogi D) o povezanosti izobrazbe anketirancev in njihove kulturne potrošnje razberem, da sta spremenljivki povezani. Preverjala sem Spearmanov koeficient korelacije (zaradi nenormalnih porazdelitev spremenljivk), ki je za vse oblike kulturne potrošnje negativen, kar kaže na obratno sorazmerno povezanost⁸ – višja kot je izobrazba, bolj pogosto anketiranci participirajo v kulturni potrošnji. Najmočneje, in sicer srednje močno, sta povezani izobrazba in obiskovanje gledališča (koeficient korelacije -0,46), najšibkeje (-0,22) je izobrazba povezana s pogostostjo zahajanja v lokal na pijačo.

Prav tako je s kulturno potrošnjo povezana izobrazba partnerja anketirancev, ponovno so korelacijski koeficienti negativni. Srednje močno, kar je hkrati tudi najmočneje med vsemi 8 spremenljivkami, sta povezani partnerjeva izobrazba in pogostost obiskovanja kina (-0,39), najšibkeje pa sta, podobno kot prej, povezani partnerjeva izobrazba in zahajanje v lokal na pijačo (-0,26). Naslednja povezanost, ki sem jo preverjala, je med kulturno potrošnjo in izobrazbo očeta naših anketirancev. Zopet ugotovim, da je povezana z vsemi 8 oblikami kulturne potrošnje. Korelacijski koeficienti tokrat v veliki večini kažejo na šibke povezave, srednje močno je izobrazba očeta povezana s pogostostjo obiskovanja kina (-0,37).

⁸ Obratno sorazmerje se pokaže zaradi obrnjenih merskih lestvic: izobrazbo smo merili od 1 do 5, kjer 1 predstavlja najnižjo stopnjo izobrazbe, 5 pa najvišjo; pri merjenju pogostosti obiskovanja pa je vrednost 1 pomenila pogosto udeležvanje 4 pa nikoli.

Tudi med poklicnim razredom in kulturno potrošnjo se pokaže povezanost, kar ni presenetljivo. Zopet gre za obratno sorazmerno povezanost; z višjim poklicnim razredom respondentov se viša pogostost kulturne participacije. Srednje močno, in hkrati najmočnejše med vsemi oblikami kulturne potrošnje, sta povezana poklicni razred in pogostost obiskovanja umetniške galerije (-0,41), najšibkeje pa je poklicni razred povezan z zahajanjem v lokal na pijačo (-0,08).

V prvem delu diplomske naloge opredeljujem, da med drugim na kulturno participacijo posameznikov, predvsem žensk, vpliva tudi število otrok, zato sem v analizi preverila kulturno potrošnjo tudi s tem podatkom. Izračun ni pokazal statistično značilne povezanosti števila otrok s katerokoli obliko kulturne potrošnje, zato ne morem trditi, da je participacija v kulturi pogojena s posameznikovim številom otrok (korelacijska matrika z izračuni se nahaja v prilogi D). Po drugi strani se je povezava med zakonskim stanom anketirancev in kulturno potrošnjo pokazala s pogostostjo obiskovanja kina (srednja močna korelacija 0,42), muzeja (šibka povezanost 0,10), pogostostjo zahajanja v lokal na pijačo (srednje močna povezanost 0,41) ter s pogostostjo obiskovanja koncertov popularne glasbe (srednje močna korelacija 0,32). Dobavljeni rezultati nakazujejo, da spola v relaciji s kulturno potrošnjo ne moremo obravnavati kot homogene kategorije, zato sem v nadaljnji analizi podrobneje preučila vlogo spola v odnosu do drugih osi neenakosti.

6.2.3 VZORCI KULTURNE POTROŠNJE ŽENSK

Naslednji korak v analizi je bil preverjanje kategorij neenakosti v povezavi s kulturno potrošnjo, vendar tokrat samo na ženski populaciji. Izobrazba kot institucionalizirana oblika kulturnega kapitala predstavlja enega izmed ključnih indikatorjev kulturne potrošnje; kot ugotavljata Peterson in Bryson (v DiMaggio 1996, 163), ima pridobljena izobrazba močan statistični učinek na participacijo in odnos tako do popularne kot tudi visoke kulture. Izobrazba vpliva na posameznikov intelektualni razvoj, pripomore k razumevanju in interpretaciji idej ter nudi širino v razmišljanju. Rezultati moje analize so pokazali, da ženske z osnovnošolsko izobrazbo praktično ne sodelujejo v nobeni obliki kulturne potrošnje, največji delež neobiskovanja pa predstavlja neobiskovanje opere, baleta in koncertov klasične glasbe – kar 96% žensk z osnovnošolsko izobrazbo je ne obišče nikoli. Koeficient korelacije je najvišji pri

povezanosti med izobrazbo in obiskovanjem gledališča, njegova vrednost je -0,48 (tabela z vrednostmi se nahaja v prilogi F), kar kaže na srednje močno obratno sorazmerno povezanost – višja kot je izobrazba žensk, bolj pogosto obiskujejo gledališče. Kot omenjeno v poglavju 4.1, argument kulturne socializacije zagovarja, da so v otroštvu deklice bolj izpostavljene kulturi in umetnosti kot dečki, in da zato v odraslem življenju participirajo v kulturi bolj kot moški. Deklice se v družini naučijo ceniti kulturo, pri tem pa je pomemben kulturni kapital, ki ga družina poseduje. Ker v raziskavi Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija, iz katere črpam podatke za analizo, anketirancev niso spraševali po njihovi (morebitni) kulturni socializaciji, sem podatek o kulturnem kapitalu družine merila z doseženo izobrazbo očeta. Pričakovano rezultati analize kažejo, da ženske, katerih očetje imajo osnovnošolsko izobrazbo, ne sodelujejo v kulturni potrošnji. Odstotek neobiskovalk se zniža pri obiskovanju kina, gledališča in zahajanja v lokal na pijačo, vendar tudi pri teh treh oblikah kulturne potrošnje več kot polovica anketirank z očeti, ki imajo doseženo osnovnošolsko izobrazbo, tja ne zahaja nikoli (kontingenčne tabele z odstotki in grafi se nahajajo v prilogi E).

Zanimiv je podatek o kulturni potrošnji žensk očetov s srednješolsko izobrazbo (bodisi strokovno bodisi splošno): 41,5 % tistih žensk, katerih očetje so dokončali srednjo strokovno šolo, nekajkrat letno obišče kino, pogosto (63 % anketirank) zahajajo v lokal na pijačo, vsaj nekajkrat letno obiščejo tudi gledališče (33 %). Anketiranke očetov s srednjo splošno izobrazbo vsaj nekajkrat letno obiščejo muzej in koncert popularne glasbe (obakrat 45,5 %), redko obiščejo gledališče (36 % 1-krat letno ali manj) in opero (33 %), pogosto pa seveda zahajajo na pijačo (54,5 %). Najbolj raznolika je kulturna potrošnja žensk, katerih očetje so dosegli višjo ali visoko izobrazbo. Manj pogosto, a vseeno nekajkrat letno obiskujejo kino in gledališče, pogosto zahajajo v lokal na pijačo (55 %). Redko obiščejo koncert popularne glasbe, Špas teater ipd., opero ter muzej.

Podobno kot pri vplivu primarne družine, na kulturno potrošnjo posameznika vpliva partnerjeva kulturna socializacija. Tudi v tem primeru sem partnerjev vpliv merila z njegovo doseženo izobrazbo, ki predstavlja institucionaliziran kulturni kapital. Partnerjeva kulturna socializacija in višja stopnja dosežene izobrazbe prispevata h kulturni potrošnji drugega zakonca do te mere, da v kulturni potrošnji sodeluje z ali brez partnerja. Zopet se ponovijo rezultati primerjave osnovnošolsko izobraženih partnerjev anketirank: ženske, katerih partnerji imajo dokončano osnovno šolo, ne

sodelujejo v kulturni potrošnji, razen tega, da malce pogosteje zaidejo v lokal na pijačo (kljub temu tja nikoli ne zahaja 50 % žensk). Rezultati so podobni tudi za ženske, katerih partnerji so dosegli poklicno izobrazbo. Bolj kot se viša stopnja partnerjeve izobrazbe, bolj pogosteje anketiranke sodelujejo v kulturni potrošnji – odstotki neobiskovanja se nižajo. Zopet pri pogostosti prednjači obiskovanje lokal, malo manj kot polovica anketirank (48 %), katerih partnerji imajo srednjo splošno izobrazbo, v lokal zahaja pogosto, in 42 % tistih žensk, katerih partnerji imajo višjo oz. visoko izobrazbo. Opera ter umetniška galerija sta instituciji, ki imata največ deležev neobiskovanja skoraj prvi vseh stopnjah partnerjeve izobrazbe anketirank, razen pri tistih, ki imajo partnerje z višjo oz. visoko izobrazbo. Slednje opero in umetniško galerijo obiskujejo manj pogosto oziroma redko, kar pa je za ti dve instituciji povsem realno.

Obdobje odraslega življenja brez otrok ponuja večje možnosti za prosti čas, kot navaja Černigoj-Sadarjeva pa družina ženskam predstavlja razlog za odpovedovanje aktivnostim v prostem času (1991, 130–133). Obveznosti povezane z vzgojo in skrbjo za otroke ter gospodinjska opravila predstavljajo omejitev v prostem času predvsem za ženske (Katz-Gerro in Meier Jaeger, 2013). Posledično naj bi družinske obveznosti s seboj prinesle manj možnosti za kulturno potrošnjo. Poročene ženske (in tiste, ki živijo skupaj s partnerjem) v Ljubljani in Mariboru redko ali nikoli ne sodelujejo v kulturni potrošnji, 60 % jih na primer nikoli ne zaide v umetniško galerijo. Pogosto poročene ženske zahajajo le v lokal na pijačo (34,5 % poročenih žensk), kino obiščejo vsaj nekajkrat letno (31 %). Več kot polovica anketirank, ki so v stalni vezi, a ne živijo s partnerjem nikoli ne obiščejo opere in umetniške galerije, skoraj 40% jih nekajkrat letno obišče kino, dobrih 75 % pa jih pogosto zahaja v lokal na pijačo. Redko obiskujejo gledališče, Špas teater ipd. in koncerte popularne glasbe. Samske ženske se najmanjkrat odločijo za obisk umetniške galerije (58,5 % je ne obišče nikoli), ni pa presenetljivo, da enkrat pogosteje kot poročene ženske zahajajo v lokal na pijačo (kar 76,6 % samskih žensk pogosto zahaja v lokal). Najmočneje med vsemi oblikami kulturne potrošnje je zakonski stan povezan z obiskovanjem kina. Med anketiranci v Ljubljani in Mariboru prevladujejo taki, ki imajo enega otroka. V povprečju ženske z enim potomcem najpogosteje zahajajo v lokal na pijačo, manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno obiščejo kino. Najbolj obskurni oblici kulturne potrošnje sta ponovno opera in umetniška galerija, tja ne zaide približno polovica

žensk z enim otrokom. Redko ženske z enim otrokom redko obiščejo gledališče (31 %), v primerjavi z ženskami z 2 otrokoma, ki gledališče obiskujejo manj pogosto (42 %).

Družbena neenakost se reproducira preko kulturnih izbir. Lutharjeva ugotavlja (2014, 90–91), da je učinek spola v kulturnih preferencah na dnu družbene lestvice močnejši kot pri njenem vrhu. Ne preseneča, da anketiranke, uvrščene v najnižji družbeni razred, v veliki večini ne sodelujejo v kulturni potrošnji. Ponovno se odstotek neobiskovalk malce zniža pri zahajanju v lokal na pijačo (45,5 % je neobiskovalk), pogosto tja zaide 33 % pripadnic spodnjega družbenega razreda. Bolj ko se pomikamo višje po družbeni lestvici, bolj pogosta in raznolika je kulturna potrošnja anketirank v Ljubljani in Mariboru. Muzej, kino in gledališče se kažejo kot malce bolj obiskani, pri pripadnicah zgornjega družbenega razreda pa poleg naštetih še opera in balet ter umetniška galerija. Dobljeni rezultati nakazujejo na delitev: spodnji družbeni razred in preference za množično kulturo nasproti zgornjemu družbenemu razredu in njihovimi preferencami za visoko kulturo. Kulturne prakse tako ne ustvarjajo novih razrednih razmerij, ampak ohranjajo že tradicionalno obstoječe razredne značilnosti.

Vzorec anketirancev v študiji je bil omejen na urbane prebivalce dveh največjih mest pri nas. Z vidika prakticiranja kulturne potrošnje ti dve okolji ponujata največ možnosti za raznolike kulturne prakse. Prakse kulturne potrošnje se najbolje manifestirajo v družbenih okoljih kot so mesta oz. urbana središča. Urbani družbeni prostori ustvarjajo konstantne boje različnih (kulturnih) kapitalov, ki jih njihovi prebivalci posedujejo, to pa lahko nakazuje oziroma se kaže skozi raznolikosti med posamezniki v družbenem prostoru enega ali drugega urbanega središča (mesta). Zato je bilo smiselno preveriti tudi razlike v kulturni potrošnji med prebivalkami Ljubljane in Maribora. Razlike sem preverila s primerjavo povprečij, ki so predstavljeni v tabeli 6.9. Zopet se kot najbolj pogosta oblika kulturne potrošnje v obeh mestih pokaže zahajanje v lokal na pijačo. V povprečju Ljubljjančanke malce pogosteje sodelujejo v kulturni potrošnji kot Mariborčanke, razen pri zahajanju v lokal – tu so Mariborčanke v rahli prednosti. Zanimiv je podatek, da prebivalke obeh mest v enaki meri obiskujejo (ozioroma ne obiskujejo) opero, balet in koncerte klasične glasbe. V povprečju najmanj obiskana je umetniška galerija, in to v Mariboru.

Tabela 6.9: Kulturna potrošnja žensk iz Ljubljane in Maribora

	Vzorec	Povprečje
Kako pogosto obiskujete kino	Ljubljana	2,70
	Maribor	2,75
Kako pogosto obiskujete muzej	Ljubljana	3,09
	Maribor	3,38
Zvečer v lokal na pijačo	Ljubljana	2,27
	Maribor	2,19
Kako pogosto obiskujete gledališče	Ljubljana	2,87
	Maribor	2,98
Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.	Ljubljana	3,12
	Maribor	3,28
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Ljubljana	2,99
	Maribor	3,27
Kako pogosto obiskujte opero, balet, koncert klasične glasbe	Ljubljana	3,24
	Maribor	3,24
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Ljubljana	3,28
	Maribor	3,57

6.2.4 RAZPRAVA

Podatki iz Ljubljane in Maribora kažejo na to, da o kulturni potrošnji v teh dveh mestih ne moremo govoriti z vidika pogostosti v participaciji. Pri participaciji v potrošnji kulture⁹ posameznikov gre za vprašanje ali se sploh odločijo za udeležbo ali pač ne; in kot že omenjeno, rezultati govorijo o tem, da je večina anketirancev med neobiskovalci/neudeleževalci. Teorija in empirične raziskave predstavljene v prvem delu diplomske naloge potrjujejo fenomen, ki ga imenujejo »the gender gap in cultural participation«¹⁰, kjer ugotavljam, da prihaja do razlik v kulturni potrošnji pri moških in ženskah na način, da ženske v kulturni potrošnji participirajo pogosteje kot moški ter hkrati preferirajo »visoko« kulturo.

V diplomskem ugotavljam, da so tudi pri nas vidni podobni vzorci. Statistično gledano nisem mogla potrditi, da ima spol neposreden vpliv na kulturno potrošnjo. Vendar pa je iz rezultatov vseeno moč razbrati, da so ženske bolj dejavne v kulturni potrošnji kot moški, in da, skladno z ugotovitvami raziskav na primer Bihagna in Katz-Gerrova (2000) ter Lizarda (2006), ženske bolj kot moški trošijo »tradicionalne« oziroma dogodke »visoke« kulture, med tem ko moški preferirajo »popularno«

⁹ V diplomskem delu sem preverjala podatke o udeležbi na kulturnih dogodkih – torej kulturno potrošnjo izven doma.

¹⁰ Razlika med spoloma v kulturni participaciji

kulturo (v našem primeru kino, koncerte popularne glasbe in zahajanje v lokal na pijačo; pri vseh ostalih oblikah kulturne potrošnje pa se ženske udeležujejo (malo) bolj kot moški).

Rezultate analize lahko povežem tudi s konceptom omnivornosti Petrsena in kolegov, saj pripadnice višjih družbenih razredov in višje izobražene ženske v primerjavi z ženskami iz nižjih razredov in z nižjo izobrazbo, konzumirajo bolj raznoliko kulturo oziroma se udeležujejo na raznoraznih kulturnih dogodkih, med tem ko je na drugi strani vidna neudeležba v kulturni potrošnji. Tu se mi zastavi vprašanje, ali torej relativno visoko izobražene ženske postajajo elita v kulturi pri nas? Bihagen in Katz-Gerrova (2000, 344) ugotavlja, da je večja udeležba žensk v visoki kulturi rezultat prisvajanja moči.

Kot najpopularnejša oblika kulturne potrošnje se je dosledno pokazalo zahajanje v lokal na pijačo. Zdi se, da je to edina oblika kulturne potrošnje, kjer se prepletata dva svetova. Na eni strani višje izobražene ženske, ki naj bi dosegale višja družbena mesta, imele več možnosti, več ekonomskega in simbolnega kapitala in posledično več svobode. Te ženske imajo torej vse predispozicije za emancipacijo, pa se navkljub temu vendarle odločajo za zahajanje v lokale na pijačo, tako kot to počnejo ženske z nižjo izobrazbo, nižjim položajem v družbi in manj možnostmi. Čeprav naj bi bilo zahajanje v lokal na pijačo predvsem domena moških (kar kažejo tudi rezultati analize), ženske sledijo temu »moškemu« vzorcu načina preživljjanja prostega časa, kar na prvi pogled deluje kot podrejanje »pravilom iger«, ki jih izumljajo moški.

Po drugi strani je v današnjem medijskem diskurzu prisoten »fenomen« enakosti med spoloma. Poudarja se inferioren položaj žensk v primerjavi z moškimi in se tako na nek način izvaja »pritisk« na celotno družbo (politika, šolstvo, sodstvo itd.), da se »izenači« položaj spolov v družbi ter posledično enakopravnost moških in žensk. V mojem primeru se to kot rečeno najbolje manifestira v pogostosti zahajanja v lokale. Obiskovanje lokalov tako lahko razumemo na dva načina. Kot omenjeno, ženske, ki hodijo v lokale na pijačo, sledijo moškim trendom ter posledično moškemu načinu življenja. Po drugi strani pa morda ženske zahajanje v lokale razumejo kot stopnjo upora moškim, v smislu enakih pravic za vse (če moški lahko hodijo v lokal, lahko hodijo tudi ženske). Ženske kot podrejena družbena skupina si prizadevajo za vzpostavitev statusa s prevzemanjem moških vzorcev potrošnje, vendar pa princip diferenciacije zapoveduje, da bodo moški zato vzpostavili nov način razlikovanja

(Bihagen in Katz-Gerro 2000, 345). Na tem mestu se lahko zato vprašamo ali oba svetova (tako visoko izobražene kakor nizko izobražene ženske, pripadnice višjih n nižjih družbenih razredov) bolj kakor k emancipaciji žensk stremita k tradicionalizmu?

7 SKLEP

V današnjem svetu se je skoraj nemogoče izogniti kulturni potrošnji. Kulturne dobrine so dostopne na vsakem koraku, posamezniki imajo na voljo široko paletu produktov, žanrov in kulturnih dogodkov, s katerimi lahko zapolnijo svoj vsakdan. Množično preučevanje kulturnih preferenc in praks kaže na vedno večjo pomembnost vpliva kulture na oblikovanje življenjskih stilov in družbenega pozicioniranja posameznikov. Boudieujeva teorija habitusa s svojim osrednjim pojmom dispozicij predstavlja glavno teoretsko izhodišče za mnoge raziskave kulturnih preferenc in praks. Posameznika definira njegovo okolje, ti družbeni pogoji obstoja pa se manifestirajo v sistemu dispozicij, to je habitusu. Dispozicije lahko na preprost način prenašamo na različna področja praks, od načina prehranjevanja do telesnih praks, do okusa za oblačila in glasbo. Tako lahko rečemo, da kulturo in estetske preference posameznikov oblikuje njihov položaj v družbi, posledično pa se tako ohranjajo družbene neenakosti.

V diplomski nalogi sem raziskovala kaj posamezniki v odnosu do kulturne počnejo, torej kako jo trošijo, in ne toliko kaj jim je všeč. Poskušala sem ugotoviti, ali med anketiranci v Ljubljani in Mariboru obstajajo vzorci kulturne potrošnje, ki so pogojeni s spolom in drugimi oblikami družbene neenakosti. Glavna ugotovitev na podlagi rezultatov statistične analize je, da ne moremo govoriti o pogostosti udeleževanja v kulturni potrošnji, temveč o tem, ali se posamezniki sploh udeležujejo ali ne. Drugič, spol kot tak in sam po sebi nima neposrednega vpliva na participacijo v kulturi. Konvencionalne spolne vloge v mojem primeru strukturirajo le zahajanje v lokal na pijačo ter obiskovanje opere, baleta in koncertov klasične glasbe – skoraj dve tretjini moških našega vzorca in malo manj kot polovica žensk pogosto oziroma redno zahaja v lokal na pijačo. Pri obiskovanju opere se trend obrne – ženske opero obiskujejo pogosteje kot moški, torej je med neobiskovalci večji delež moških kot žensk. Vendar pa je potrebno poudariti, da je delež neobiskovalcev opere, tako moških kot žensk, kar precej znatnejši kot delež obiskovalcev.

V teoretskem delu diplomske naloge so izpostavljeni trije dejavniki, ki pojasnjujejo vlogo spola pri kulturni potrošnji. Vzroki za povečano udeležbo žensk v kulturni potrošnji so njihova zgodnja socializacija v kulturi, razlike v družbeno-ekonomskem

položaju ter njihove družinske razmere (partnerstvo in otroci). Te tri dejavnike lahko navežem na prekrivanje različnih družbenih identitet, na t.i. intersekcionalnost, to je kompleksnost družbenih razlik in neenakosti. Intersekcionalnost izhaja iz spoznanja, da neenakosti nimajo enega samega ali enotnega vira. Na primer, spolna neenakost nima univerzalnega vpliva na vse ženske enako, temveč se kategorija spola povezuje z drugimi strukturnimi viri neenakosti ali privilegijev, kot so razredna, etnična/rasna pripadnost, ali s kakšnim drugim položajem. Intersekcionalnost razkriva specifičnost in okrepljenost neenakosti/privilegiranosti pri sovpadanju več medsebojno součinkujučih marginaliziranih/privilegiranih družbenih lokacij (Hrženjak 2014, 1309). Tako sem v raziskovalnem delu diplomske naloge kulturno potrošnjo žensk preučevala z vidika njihove dosežene izobrazbe, družbenega položaja, zakonskega stanu in števila otrok, vpliva dosežene izobrazbe očeta in dosežene izobrazbe partnerja. Glede na izobrazbeno strukturo se med neobiskovalkami in obiskovalkami kulturnih dogodkov prelom zgodi pri doseženi poklicni in srednje strokovni izobrazbi oziroma pri srednje strokovni in srednje splošni izobrazbi. Med nepotrošnicami so torej anketiranke, ki imajo osnovnošolsko ali poklicno izobrazbo, višje po izobrazbeni lestvici se odstotek neobiskovanja med anketirankami znižuje. Izobrazba vpliva na kulturno potrošnjo na način, da z višjo stopnjo dosežene izobrazbe posameznice v povprečju manj pogosto oz. redko sodelujejo v kulturni potrošnji, nasproti z nižje izobraženimi anketirankami, ki v kulturni potrošnji skoraj da ne sodelujejo. Podobni vzorci se kažejo pri vplivu partnerjeve izobrazbe – posameznice, katerih partnerji imajo nižjo izobrazbo ne sodelujejo v kulturni potrošnji, po drugi strani pa se z višjo stopnjo partnerjeve izobrazbe viša pogostost obiskovanja kulturnih dogodkov anketirank. Vpliv zakonskega stanu se kaže na način, da posameznice, ki so v zvezi redko konzumirajo dogodke, ki bi jih lahko opredelila kot popularno kulturo. Ostale oblike kulturne potrošnje pri posameznicah v zvezi ostajajo neobiskane, razen zahajanja v lokal, ki je pogosta oblika participacije pri vseh oblikah zakonskega stanu. Tudi pri samskih ženskah se pokaže podoben vzorec »popularne« kulturne potrošnje. Podobno kot izobrazba, družbene meje kažejo na distinkcije v kulturni potrošnji premosorazmerno. Pripadnice nižjih družbenih razredov zelo redko oziroma nikoli ne sodelujejo v kulturni potrošnji. Opazen je trend pogostejše in bolj raznovrstne kulturne potrošnje pri pripadnicah višje srednjega in višjega družbenega razreda, kar lahko povežem s konceptom omnivornosti.

Kot najpopularnejša oblika kulturne potrošnje (skozi prizmo vseh oblik neenakosti) v Ljubljani in Mariboru se je izkazalo zahajanje v lokal na pijačo, kar bi lahko ocenila kot averzijo posameznikov do institucionaliziranih kulturnih ustanov. Vzorec kulturne potrošnje se kaže še skozi obiskovanje kina in gledališča, ki sta se pri analizi pokazala kot oblici kulturne potrošnje, ki sta obiskani manj pogosto ali pa redko. Najmanj obiskane so institucije, ki bi ji lahko, glede na tradicionalno delitev, uvrstili pod okrilje »visoke kulture«: to so muzej, opera in balet ter umetniška galerija. Glede na dobljene rezultate, bi bilo pri nadalnjih raziskavah smiselno preučiti vzroke za neparticipacijo.

Vzorce kulturne potrošnje je tako mogoče predvideti na podlagi izobrazbe, pripadnosti družbenemu razredu, zakonskega stanu in drugih omenjenih kategorij, vendar pa nobena od njih ni prevladujoča. Zato si je potrebno potrošnjo kulture razlagati kot preplet vseh teh kategorij, saj vplivajo druga na drugo in skupaj tvorijo vzorce kulturne potrošnje.

Kaj nam pove dejstvo, da so rezultati v dveh največjih mestih v Sloveniji, torej na najbolj možnem urbanem področju pri nas, dosledno pokazali pogosto le zahajanje v lokal na pijačo? Slovenska družba je pregovorno označena kot družba, kjer je stopnja tolerantnosti zahajanja v lokale bolj sprejemljiva kot morda pri drugih narodih, vendar bi si glede na okolje, kjer so bile ankete izvedene (Ljubljana in Maribor), želeta videti drugačne rezultate. Ljubljana in Maribor ponujata največ možnosti za raznovrstne oblike kulturne potrošnje, vendar pa se posamezniki za njih praktično ne odločajo. Na tej točki se lahko le vprašamo, kakšni bi torej bili rezultati, če bi raziskavo izvedli na širšem področju Slovenije, kjer je takšnih možnosti manj?

Pomemben vidik kulturne potrošnje je seveda njena dostopnost (tako fizična kot cenovna). Vendar kljub temu menim, da je odnos do kulture (in umetnosti) potrebno pričeti negovati že v zgodnjem obdobju človekovega življenja – le tako se bo lahko zgodil premik v splošni klimi naše družbe, ki glede na ugotovitve te diplomske naloge, ne seže dlje od zahajanja v lokal. Navsezadnje bi pomembno vlogo pri tem morala imeti na eni strani družina, na drugi pa kulturna politika in izobraževalni sistem, ki bi s svojimi sistematici pristopi stremeli k spodbujanju raznolike kulturne potrošnje.

8 LITERATURA

1. Bihagen, Erik in Tally Katz-Gerro. 2000. Culture consumption in Sweden: The stability of gender differences. *Poetics* (27): 327–349.
2. Bennett, Tony, Michael Emmison in John Frow. 2012. Teoretiziranje kultur. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 265–286. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
3. Bennett, Tony, Mike Savage, Elizabeth Silva, Alan Warde, Modesto Gayo-Cal in David Wright. 2009. *Culture, Class, Distinction*. London: Routledge
4. Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard university press.
5. --- 1986. The forms of capital. V *Handbook of theory and research of Sociology of Education*, John G. Richardson, 241–258. Westport: Greenwood.
6. --- 2002. *Praktični čut I*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
7. Bulc, Gregor. 2004. *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.
8. Chan, Tak Wig in John H. Goldthorpe. 2007. Social stratification and cultural consumption: The visual arts in England. *Poetics* (35): 168–190.
9. Christin, Angele. 2012. Gender and highbrow cultural participation in the United States. *Poetics* (40): 423–443.
10. Collins, Randall. 1992. Women and the production of status cultures. V *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*, ur. Michele Lamont in Marcel Fournier, 213–231. Chicago: University of Chicago press.

11. Černigoj-Sadar, Nevenka. 1991. *Moški in ženske v prostem času*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
12. DiMaggio, Paul in Michael Useem. 1978. Social Class and Arts Consumption: The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America. *Theory and Society* 5 (2): 141–161.
13. DiMaggio, Paul. 1982. Cultural Capital and school success: the impact of status culture participation on the grades of U.S. High school students. *American Sociological Review* 47 (2): 189–201.
14. --- 1996. Are art-museum visitors different from other people? The relationship between attendance and social and political attitudes in the United States. *Poetics* (24): 161-180.
15. Dumais, Susan A. 2002. Cultural capital, gender and school success: the role of habitus. *Sociology of education* 75 (1): 44–68.
16. Giddens, Anthony. 2006. *Sociology*. Cambridge: Polity press.
17. Holbrook, Morris, Michael Weiss in John Habich. 2004. Class-related distinction in american cultural tastes. *Empirical studies of the arts* 22 (1): 91-115.
18. Holmes, Mary. 2009. *Gender and everyday life*. London: Routledge.
19. Hrženjak, Majda. 2014. Državlanske prakse mladih z vidika digitalne neenakosti in intersekcionalnosti. *Teorija in praksa* 51 (6): 1304–1320.
20. Kamin, Tanja in Blanka Tivadar. 2014. Telo, zdravje in razredno razlikovanje. V *Kultura in razred*, ur. Breda Luthar, 149–177. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

21. Katz-Gerro, Tally. 2006. Comparative evidence of inequality in cultural preferences: gender, class, and family status. *Sociological spectrum* (26): 63–83.
22. Katz-Gerro, Tally in Oriel Sullivan. 2010. Voracious cultural consumption: The intertwining of gender and social status. *Time & Society* 19 (2): 193–219.
23. Katz-Gerro, Tally in Mads Meier Jaeger. 2013. *Women's preference for highbrow culture does not begin in the family: Comparing cultural participation among brothers and sisters.* Dostopno prek: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/01490400.2014.995326> (25. april 2016)
24. Katz-Gerro, Tally in Meir Yaish. 2014. Cultural capital: between taste and participation. Dostopno prek: https://www.researchgate.net/publication/268341297_Cultural_Capital_Between_Taste_and_Participation (27. april 2016).
25. Kropivnik Samo, Tina Kogovšek in Meta Gnidovec. 2006. *Analize podatkov z SPSS-OM 12.0.* Ljubljana: Založba FDV.
26. Mrđa, Slobodan. 2011. *Kulturni život i potrebe studenata u Srbiji.* Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvijanja
27. Lindsey, Linda L. 2005. *Gender roles: a sociological perspective.* New Jersey: Prentice Hall.
28. Lizardo, Omar. 2006. The puzzle of women's “highbrow” culture consumption: Integrating gender and work into Bourdieu's class theory of taste. *Poetics* 34 (1): 1–23.
29. Lopez-Sintas, Jordi in Tally Katz-Gerro. 2005. From exclusive to inclusive elitists and further: Twenty years of omnivorousness and cultural diversity in arts participation in the USA. *Poetics* (33): 299–319.

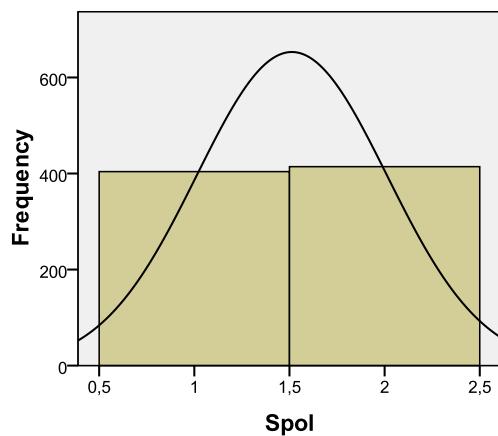
30. Luthar, Breda in Samo Koprivnik. 2007. Razred, kulturni kapital in mobilni telefon. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 55–87. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
31. Luthar, Breda, Slavko Kurdija, Dejan Jontes, Brina Malnar, Blanka Tivadar, Tanja Kamin in Tanja Oblak. 2011. *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno raziskovalno poročilo s sumarnikom*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
32. Luthar, Breda in Slavko Kurdija. 2011. Razred in kulturne distinkcije. *Teorija in praksa* 48 (4): 982–1003.
33. Luthar, Breda. 2014. Kultura kot premoženje: kulturni arhetipi v Sloveniji. V *Kultura in razred*, ur. Breda Luthar, 67–102. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
34. McDermott, Rose in Peter K. Hatemi. 2011. Distinguishing Sex and Gender. *PS: Political Science and Politics* 44 (1): 89–92.
35. Moore, Stephen. 1995. *Sociologija: ključni pojmi in dejstva*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
36. Oakley, Ann. 2000. *Gospodinja*. Ljubljana: Založba *cf
37. Peterson, Richard A. in Roger M. Kern. 1996. Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American sociological review* 61 (5): 900–907.
38. Prijon, Lea. 2008. *Hvala bogu, da sem ženska! Kulturne prakse negovanja ženske in ženskega telesa*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
39. Rener, Tanja. 1998. Identitete in porabništvo – stara pravila, nove igre. *Časopis za kritiko znanosti* 26 (189): 13–19.

40. --- 2008. Goffman: o spolu in spolni razliki. *Dialogi* (44): 41–50.
41. Silva, Elizabeth B. in Brigitte Le Roux. 2011. Cultural capital of couples: tensions of elective affinities. *Poetics* (39): 547–565.
42. Stankovič, Peter. 1999. Praksa, habitus in polje: delo Pierra Bourdieua kot poskus teoretske sinteze v sociološki teoriji. *Teorija in praksa* 36 (2): 230–242.
43. Storey, John. 2012. Popularna kultura kot “drugi” visoke kulture. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 323–339. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
44. Škerlep, Andrej. 1998. Razred in okus – Bourdieujev pojem habitusa. *Časopis za kritiko znanosti* 26 (189): 31–46.
45. Tsaousi, Christiana. 2014. »What underwear do I like?« Taste and (embodied) cultural capital in the consumption of women’s underwear. *Journal of Consumer Culture* 0 (0): 1–26.
46. Upright, Craig Barton. 2004. Social capital and cultural participation: spousal influences on attendance at arts events. *Poetics* (32): 129–143.
47. Wacquant, Loïc. 2006. Habitus. V *Načela za refleksivno družbeno znanost in kritično preučevanje simbolnih dominacij*, ur. Tanja Kramberger in Drago B. Rotar, 63–72. Koper: Annales.
48. Willekens, Mart in John Lievens. 2016. Who participates and how much? Explaining non-attendance and the frequency of attending arts and heritage activities. *Poetics* (56). Dostpno prek:
<http://dx.doi.org/10.1016/j.poetic.2016.01.004> (6. april 2016).

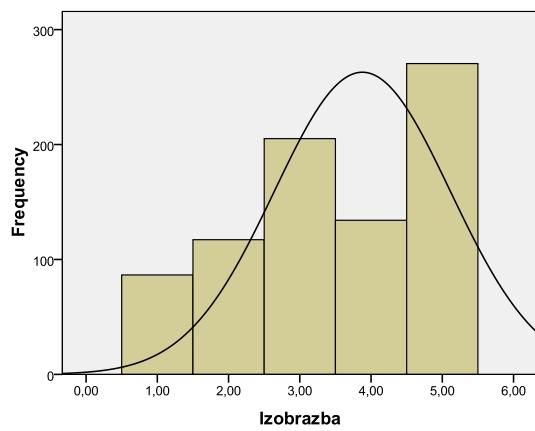
PRILOGE

PRILOGA A: Grafični prikazi neodvisnih spremenljivk

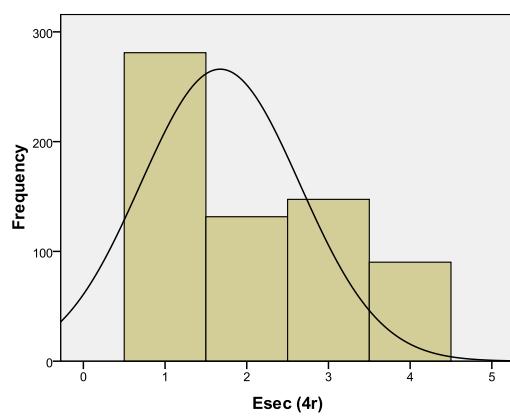
Slika A.1: Grafični prikaz porazdelitve spola



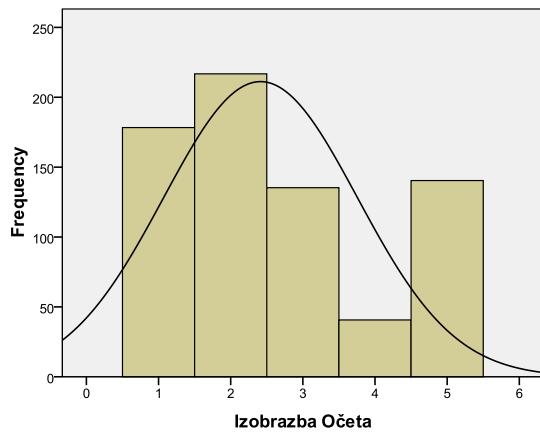
Slika A.2: Grafični prikaz porazdelitve izobrazbe



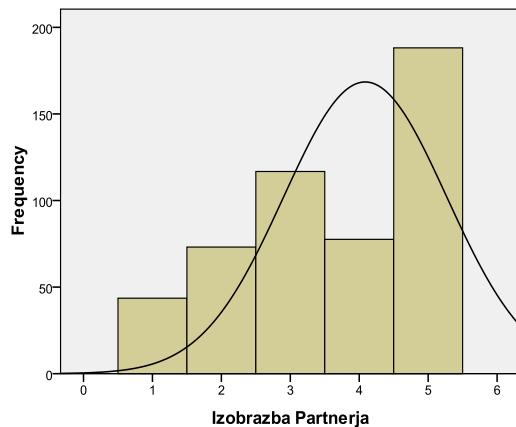
Slika A.3: Grafični prikaz porazdelitve poklicnega razreda



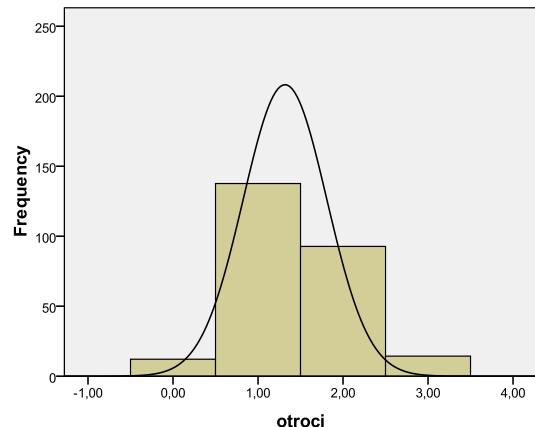
Slika A.4: Grafični prikaz porazdelitve izobrazbe očeta



Slika A.5: Grafični prikaz porazdelitve izobrazbe partnerja



Slika A.6: Grafični prikaz porazdelitve št. otrok

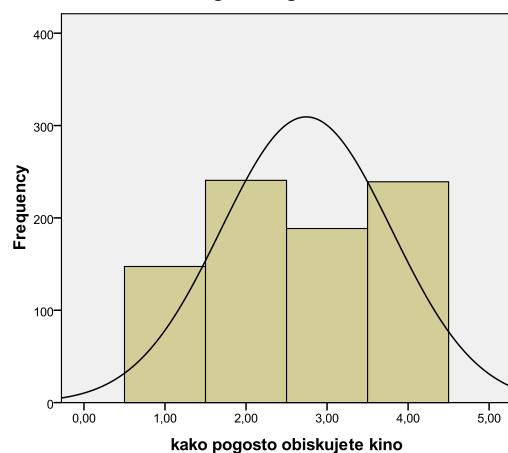


PRILOGA B: Grafični prikazi in porazdelitve odvisnih spremenljivk

Tabela B.1: Porazdelitev spremenljivke Kako pogosto obiskujete kino

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	147	18,0	18,1	18,1
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	241	29,3	29,5	47,6
	1-krat letno ali manj	188	23,0	23,1	70,7
	nikoli	239	29,1	29,3	100,0
	Total	816	99,4	100,0	
Missing	System	5	,6		
Total		820	100,0		

Slika B.1: Grafični prikaz porazdelitve Kino



Slika B.2: Grafični prikaz porazdelitve Muzej

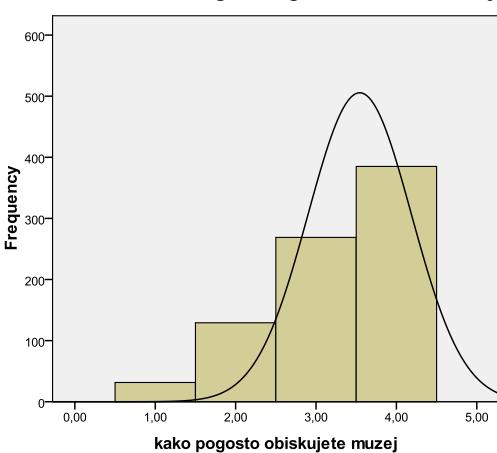


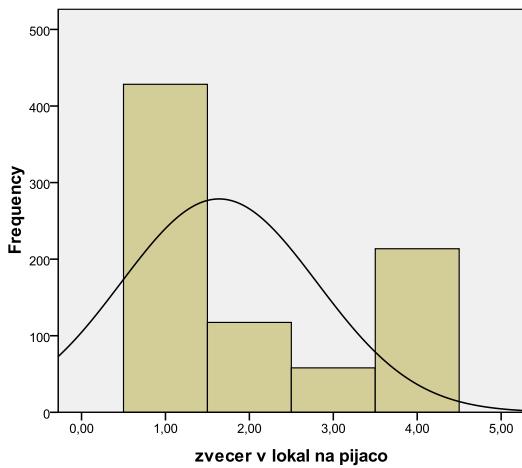
Tabela B.2: porazdelitev spremenljivke Kako pogosto obiskujete muzej

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	32	3,8	3,9	3,9
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	129	15,7	15,9	19,7
	1-krat letno ali manj	269	32,8	33,0	52,7
	nikoli	385	46,9	47,3	100,0
	Total	815	99,3	100,0	
Missing	System	6	,7		
Total		820	100,0		

Tabela B.3: porazdelitev spremenljivke Kako pogosto zahajate zvečer v lokal na pičačo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	428	52,2	52,4	52,4
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	117	14,3	14,4	66,8
	1-krat letno ali manj	58	7,1	7,1	73,9
	nikoli	214	26,0	26,1	100,0
	Total	817	99,6	100,0	
Missing	System	3	,4		
Total		820	100,0		

Slika B.3: Grafični prikaz porazdelitve Lokal



Slika B.4: Grafični prikaz porazdelitve Gledališče

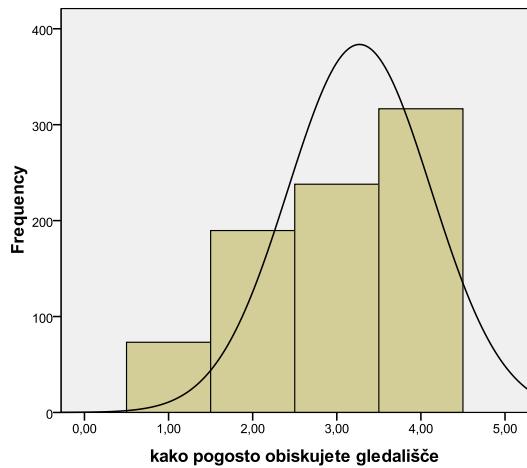
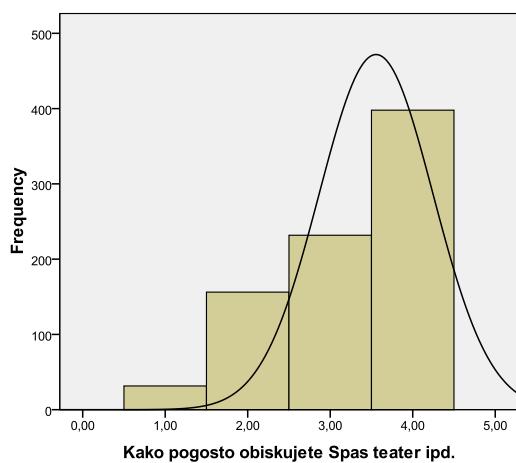


Tabela B.4: porazdelitve spremenljivke Kako pogosto obiskujete gledališče

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	73	8,9	9,0	9,0
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	190	23,1	23,2	32,2
	1-krat letno ali manj	238	29,0	29,1	61,3
	nikoli	317	38,6	38,7	100,0
	Total	817	99,6	100,0	
Missing	System	3	,4		
	Total	820	100,0		

Slika B.5: Grafični prikaz porazdelitve Špas teater



Slika B.6: Grafični prikaz porazdelitve Pop koncert

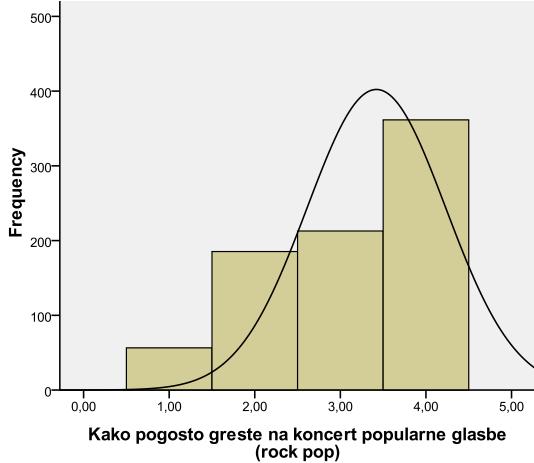


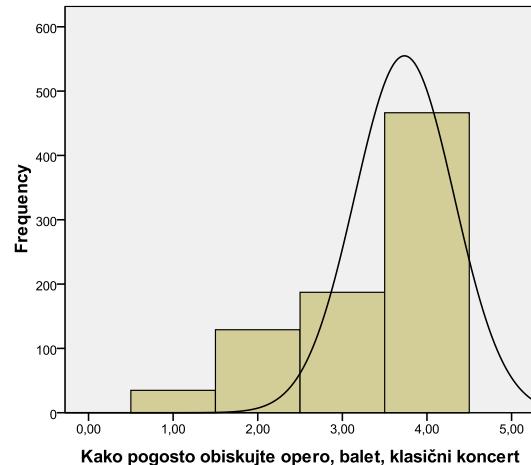
Tabela B.5: porazdelitev spremenljivke Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	32	3,8	3,9	3,9
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	156	19,0	19,1	23,0
	1-krat letno ali manj	232	28,2	28,4	51,3
	nikoli	398	48,5	48,7	100,0
	Total	817	99,6	100,0	
Missing	System	3	,4		
	Total	820	100,0		

Tabela B.6: porazdelitev spremenljivke Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	56	6,9	6,9	6,9
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	185	22,6	22,7	29,6
	1-krat letno ali manj	213	25,9	26,1	55,7
	nikoli	361	44,1	44,3	100,0
	Total	816	99,5	100,0	
Missing	System	4	,5		
Total		820	100,0		

Slika B.7: grafični prikaz porazdelitve Opera, balet



Slika B.8: Grafični prikaz porazdelitve Umetniška galerija

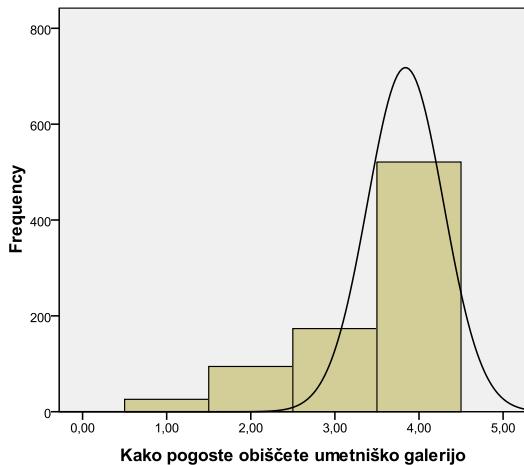


Tabela B.7: porazdelitev spremenljivke Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	35	4,2	4,3	4,3
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	129	15,7	15,8	20,0
	1-krat letno ali manj	187	22,8	22,9	42,9
	nikoli	466	56,8	57,1	100,0
	Total	817	99,6	100,0	
Missing	System	3	,4		
Total		820	100,0		

Tabela B.8: porazdelitev spremenljivke Kako pogosto obiščete umetniško galerijo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pogosto oz. vsaj 1-krat mesečno	26	3,2	3,2	3,2
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	94	11,5	11,6	14,8
	1-krat letno ali manj	173	21,1	21,3	36,0
	nikoli	521	63,5	64,0	100,0
	Total	815	99,3	100,0	
Missing	System	6	,7		
Total		820	100,0		

PRILOGA C: KONTINGENČNE TABELE, HI² TESTI, HISTOGRAMI

Tabela C.1: sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kako pogosto obiskujete kino * Spol	813,442 ^a	99,2%	6,956	,8%	820,398	100,0%
kako pogosto obiskujete muzej * Spol	812,419 ^a	99,0%	7,979	1,0%	820,398	100,0%
zvecer v lokal na pijaco * Spol	815,139 ^a	99,4%	5,258	,6%	820,398	100,0%
kako pogosto obiskujete gledališče * Spol	815,139 ^a	99,4%	5,258	,6%	820,398	100,0%
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd. * Spol	815,139 ^a	99,4%	5,258	,6%	820,398	100,0%
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop) * Spol	813,839 ^a	99,2%	6,558	,8%	820,398	100,0%
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert * Spol	815,139 ^a	99,4%	5,258	,6%	820,398	100,0%
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo * Spol	812,479 ^a	99,0%	7,919	1,0%	820,398	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela C.2: kako pogosto obiskujete kino * Spol

			Spol		Total	
			moški	ženski		
kako pogosto obiskujete kino	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	80	68	148	
		% within Spol	20,1%	16,4%	18,2%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	124	115	239	
		% within Spol	31,1%	27,8%	29,4%	
	1-krat letno ali manj	Count	93	94	187	
		% within Spol	23,3%	22,7%	23,0%	
	nikoli	Count	102	137	239	
		% within Spol	25,6%	33,1%	29,4%	
Total		Count	399	414	813	
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela C.3: hi-kvadrat test kino * Spol

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,168 ^a	3	,104
Likelihood Ratio	6,186	3	,103
Linear-by-Linear Association	5,603	1	,018
N of Valid Cases	813		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 72,63.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,087			,104
	Cramer's V	,087			,104
	Contingency Coefficient	,087			,104
Interval by Interval	Pearson's R	,083	,035	2,374	,018 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,083	,035	2,385	,017 ^c
N of Valid Cases		813			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.1: Grafični prikaz kino * Spol

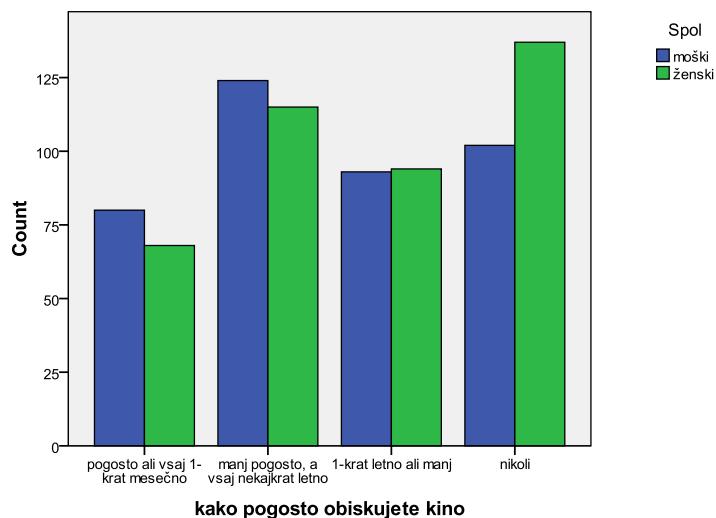


Tabela C.4: Crosstab kako pogosto obiskujete muzej * Spol

			Spol		Total	
			moški	ženski		
kako pogosto obiskujete muzej	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	13	18	31	
		% within Spol	3,3%	4,4%	3,8%	
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	63	66	129	
		% within Spol	15,8%	16,0%	15,9%	
	1-krat letno ali manj	Count	138	130	268	
		% within Spol	34,7%	31,5%	33,0%	
	nikoli	Count	184	199	383	
		% within Spol	46,2%	48,2%	47,2%	
Total		Count	398	413	811	
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela C.5: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,426 ^a	3	,700
Likelihood Ratio	1,429	3	,699
Linear-by-Linear Association	,004	1	,949
N of Valid Cases	811		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,21.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,042			,700
	Cramer's V	,042			,700
	Contingency Coefficient	,042			,700
Interval by Interval	Pearson's R	-,002	,035	-,064	,949 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,007	,035	,198	,843 ^c
N of Valid Cases		811			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.2: Grafični prikaz Muzej * Spol

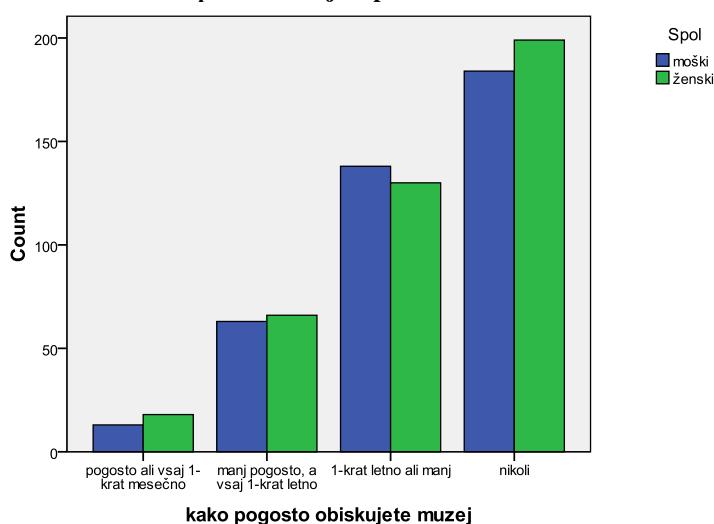


Tabela C.6: Crosstab kako pogosto zahajate v lokal na pijačo * Spol

			Spol		Total	
			moški	ženski		
zvečer v lokal na pijačo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	236	191	427	
		% within Spol	58,7%	46,2%	52,4%	
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	56	61	117	
		% within Spol	13,9%	14,8%	14,4%	
	1-krat letno ali manj	Count	22	35	57	
		% within Spol	5,5%	8,5%	7,0%	
	nikoli	Count	88	126	214	
		% within Spol	21,9%	30,5%	26,3%	
Total		Count	402	413	815	
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela C.7: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,523 ^a	3	,002
Likelihood Ratio	14,591	3	,002
Linear-by-Linear Association	13,271	1	,000
N of Valid Cases	815		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,12.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,133			,002
	Cramer's V	,133			,002
	Contingency Coefficient	,132			,002
Interval by Interval	Pearson's R	,128	,035	3,671	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,129	,035	3,724	,000 ^c
N of Valid Cases		815			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.3: Grafični prikaz Lokal * Spol

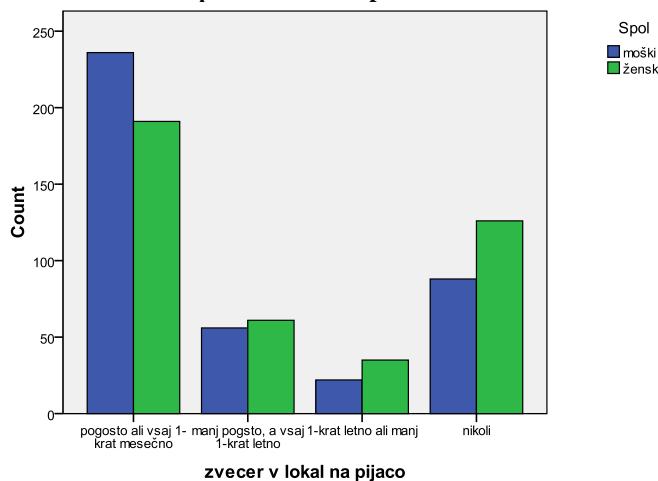


Tabela C.8: Crosstab kako pogosto obiskujete gledališče * Spol

			Spol		Total
			moški	ženski	
kako pogosto obiskujete gledališče	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	33	40	73
		% within Spol	8,2%	9,7%	9,0%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	91	97	188
		% within Spol	22,6%	23,5%	23,1%
	1-krat letno ali manj	Count	108	130	238
		% within Spol	26,9%	31,5%	29,2%
	nikoli	Count	170	146	316
		% within Spol	42,3%	35,4%	38,8%
	Total	Count	402	413	815
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela C.9: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,571 ^a	3	,206
Likelihood Ratio	4,576	3	,206
Linear-by-Linear Association	2,404	1	,121
N of Valid Cases	815		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36,01.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,075			,206
	Cramer's V	,075			,206
	Contingency Coefficient	,075			,206
Interval by Interval	Pearson's R	-,054	,035	-1,552	,121 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,058	,035	-1,666	,096 ^c
N of Valid Cases		815			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.4: Grafični prikaz Gledališče * Spol

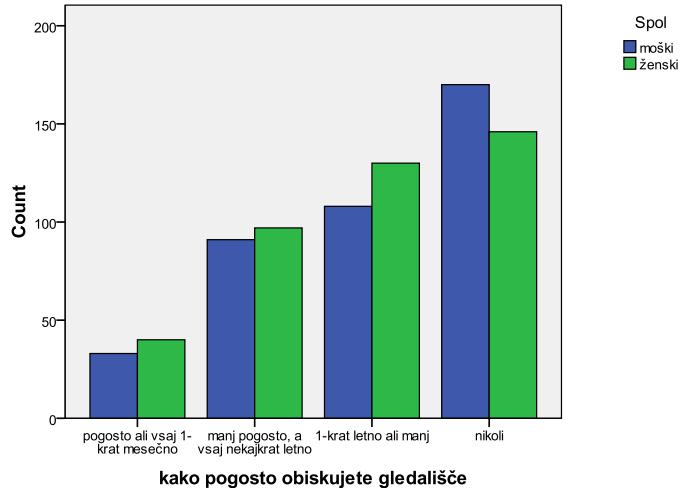


Tabela C.10: Crosstab kako pogosto obiskujete Špas teater ipd. * Spol

			Spol		Total	
			moški	ženski		
Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	16	16	32	
		% within Spol	4,0%	3,9%	3,9%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	70	85	155	
		% within Spol	17,4%	20,6%	19,0%	
	1-krat letno ali manj	Count	113	117	230	
		% within Spol	28,1%	28,3%	28,2%	
	nikoli	Count	203	195	398	
		% within Spol	50,5%	47,2%	48,8%	
Total		Count	402	413	815	
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela C.11: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,534 ^a	3	,674
Likelihood Ratio	1,536	3	,674
Linear-by-Linear Association	1,006	1	,316
N of Valid Cases	815		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,78.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,043			,674
	Cramer's V	,043			,674
	Contingency Coefficient	,043			,674
Interval by Interval	Pearson's R	-,035	,035	-1,003	,316 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,037	,035	-1,056	,291 ^c
N of Valid Cases		815			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.5: Grafični prikaz Špas teater ipd. * Spol

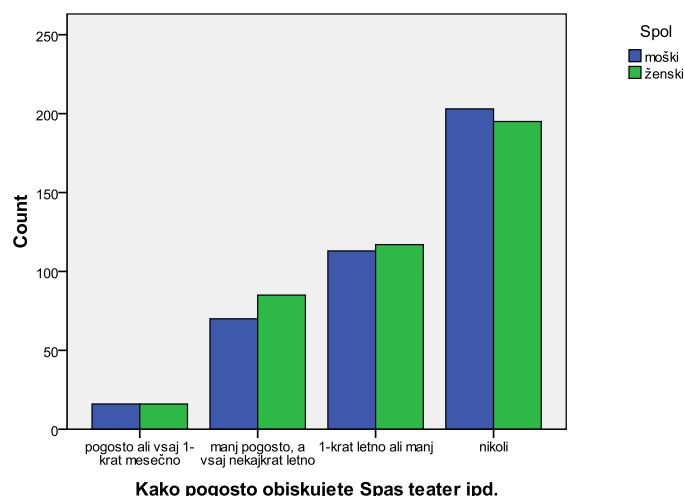


Tabela C.12: Crosstab kako pogosto obiskujete koncert pop, rock * Spol

			Spol		Total
			moški	ženski	
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	29	27	56
		% within Spol	7,3%	6,6%	6,9%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	100	85	185
		% within Spol	25,0%	20,6%	22,8%
	1-krat letno ali manj	Count	101	109	210
		% within Spol	25,3%	26,5%	25,9%
	nikoli	Count	170	191	361
		% within Spol	42,5%	46,4%	44,5%
Total		Count	400	412	812
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela C.13: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,637 ^a	3	,451
Likelihood Ratio	2,639	3	,451
Linear-by-Linear Association	1,992	1	,158
N of Valid Cases	812		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,59.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,057			,451
	Cramer's V	,057			,451
	Contingency Coefficient	,057			,451
Interval by Interval	Pearson's R	,050	,035	1,412	,158 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,050	,035	1,414	,158 ^c
N of Valid Cases		812			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.6: Grafični prikaz Koncert pop, rock * Spol

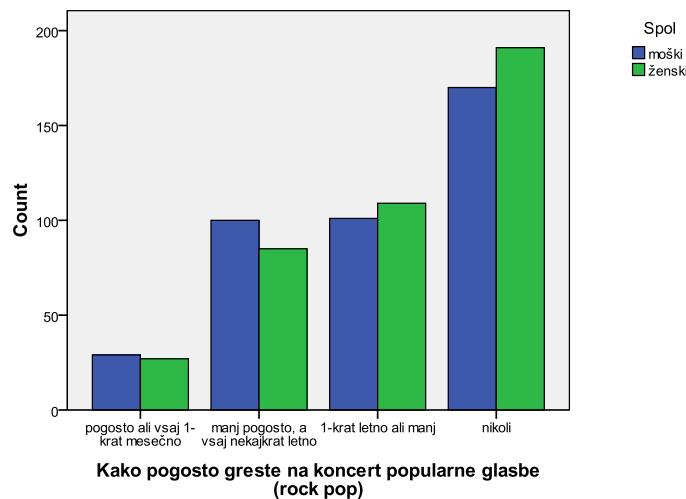


Tabela C.14: Crosstab kako pogosto obiskujete opero, balet, klasiko. * Spol

			Spol		Total	
			moški	ženski		
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	13	22	35	
		% within Spol	3,2%	5,3%	4,3%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	55	71	126	
		% within Spol	13,7%	17,2%	15,5%	
	1-krat letno ali manj	Count	83	104	187	
		% within Spol	20,7%	25,2%	23,0%	
	nikoli	Count	250	216	466	
		% within Spol	62,3%	52,3%	57,2%	
Total		Count	401	413	814	
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela C.15: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,010 ^a	3	,029
Likelihood Ratio	9,047	3	,029
Linear-by-Linear Association	8,057	1	,005
N of Valid Cases	814		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,24.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,105			,029
	Cramer's V	,105			,029
	Contingency Coefficient	,105			,029
Interval by Interval	Pearson's R	-,100	,035	-2,851	,004 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,103	,035	-2,949	,003 ^c
N of Valid Cases		814			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.7: Grafični prikaz Opera, balet, klasika* Spol

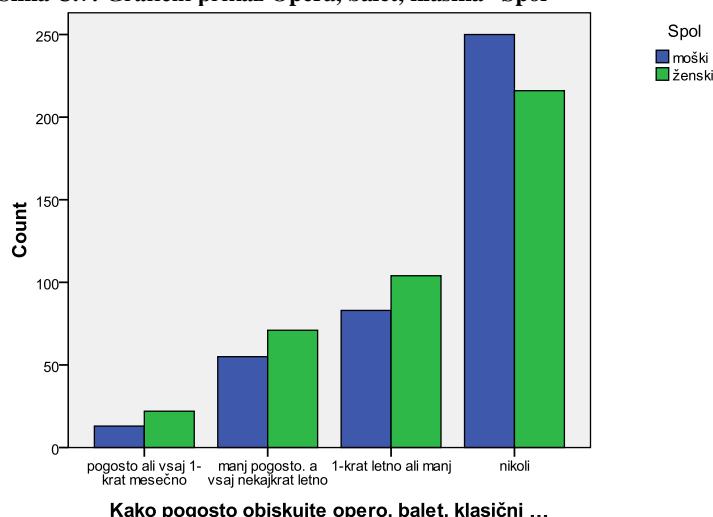


Tabela C.16: Crosstab kako pogosto obiskujete umetniško galerijo. * Spol

			Spol		Total
			moški	ženski	
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	14	12	26
		% within Spol	3,5%	2,9%	3,2%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	40	54	94
		% within Spol	10,0%	13,1%	11,5%
	1-krat letno ali manj	Count	79	95	174
		% within Spol	19,7%	23,0%	21,4%
	nikoli	Count	268	252	520
		% within Spol	66,8%	61,0%	63,9%
	Total	Count	401	413	814
		% within Spol	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela C.17: hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,026 ^a	3	,259
Likelihood Ratio	4,036	3	,258
Linear-by-Linear Association	1,816	1	,178
N of Valid Cases	814		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,81.

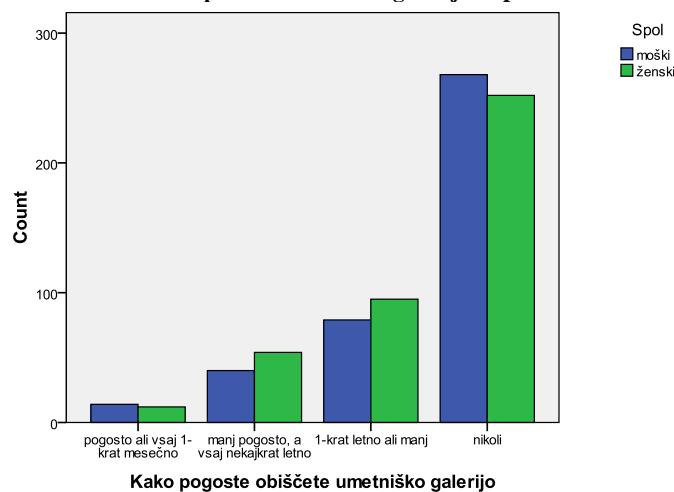
Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,070			,259
	Cramer's V	,070			,259
	Contingency Coefficient	,070			,259
Interval by Interval	Pearson's R	-,047	,035	-1,348	,178 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,058	,035	-1,651	,099 ^c
N of Valid Cases		814			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika C.8: Grafični prikaz Umetniška galerija* Spol



PRILOGA D: KORELACIJSKE Matrike

Tabela D.1: korelacijska matrika kulturna potrošnja*izobrazba

								Izobrazba	
								Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	
								Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert	
								Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock-pop)	
								Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	
Spearman's rho	kako pogosto obiskujete kino	Correlation Coefficient	1,000	,313**	,593**	,346**	,353**	,554**	,227**
		Sig. (2-tailed)	.	,	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	845	847	847	847	846	845
	kako pogosto obiskujete muzej	Correlation Coefficient	,313**	1,000	,196**	,589**	,436**	,267**	,489**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,	,000	,000	,000	,000
		N	845	847	847	847	847	846	845
	zvečer v lokal na pijaco	Correlation Coefficient	,593**	,196**	1,000	,199**	,218**	,480**	,101**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,	,000	,000	,001
		N	847	847	849	849	849	848	847
	kako pogosto obiskujete gledališče	Correlation Coefficient	,346**	,589**	,199**	1,000	,610**	,317**	,659**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,	,000	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	847
	Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	Correlation Coefficient	,353**	,436**	,218**	,610**	1,000	,420**	,500**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	.	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	847
	Kako pogoste greste na koncert popularne glasbe (rock-pop)	Correlation Coefficient	,554**	,267**	,480**	,317**	,420**	,265**	,256**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000
		N	846	846	848	848	848	848	846
	Kako pogoste obiskujete opero, balet, klasični koncert	Correlation Coefficient	,227**	,489**	,101**	,659**	,500**	,265**	,544**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	847
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Correlation Coefficient	,176**	,601**	,112**	,502**	,397**	,256**	,544**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,001	,000	,000	,000
		N	845	845	847	847	847	846	847
	Izobrazba	Correlation Coefficient	-,367**	-,416**	-,216**	-,460**	-,362**	-,314**	-,413**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000
		N	840	840	842	842	842	841	840

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabela D.2: koreacijska matrika kulturna potrošnja*izobrazba partnerja

									Izobrazba Partnerja		
									Kako pogoste obiščete umetniško galerijo		
									Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert		
									Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)		
									Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.		
									Kako pogosto obiskujete zvečer v lokal na pijaco		
									Kako pogosto obiskujete muzej		
									Kako pogosto obiskujete gledališče		
Spearman's rho	kako pogosto obiskujete kino	Correlation Coefficient	1,000	,313**	,593**	,346**	,353**	,554**	,227**	,176**	-,389**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	845	847	847	847	846	847	845	505
	kako pogosto obiskujete muzej	Correlation Coefficient	,313**	1,000	,196**	,589**	,436**	,267**	,489**	,601**	-,330**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	845	847	847	847	847	846	847	845	506
	zvečer v lokal na pijaco	Correlation Coefficient	,593**	,196**	1,000	,199**	,218**	,480**	,101**	,112**	-,257**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,003	,001	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	507
	kako pogosto obiskujete gledališče	Correlation Coefficient	,346**	,589**	,199**	1,000	,610**	,317**	,659**	,502**	-,347**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	507
	Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.	Correlation Coefficient	,353**	,436**	,218**	,610**	1,000	,420**	,500**	,397**	-,367**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	507
	Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Correlation Coefficient	,554**	,267**	,480**	,317**	,420**	1,000	,265**	,256**	-,334**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	846	846	848	848	848	848	848	846	506
	Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert	Correlation Coefficient	,227**	,489**	,101**	,659**	,500**	,265**	1,000	,544**	-,318**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	507
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Correlation Coefficient	,176**	,601**	,112**	,502**	,397**	,256**	,544**	1,000	-,334**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	845	845	847	847	847	846	847	847	505
	Izobrazba Partnerja	Correlation Coefficient	-,389**	-,330**	-,257**	-,347**	-,367**	-,334**	-,318**	-,334**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	505	506	507	507	507	506	507	505	509

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabela D.3: koreacijska matrika kulturna potrošnja*izobrazba partnerja

		Izobrazba Očeta									
		Kako pogoste obiščete umetniško galerijo opero, balet, klasični koncert									
		Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)									
		Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.									
		Kako pogosto obiskujete gledališče	zvecer v lokal na pijaco	kako pogosto obiskujete muzej	kako pogosto obiskujete kino						
Spearman's rho	kako pogosto obiskujete kino	Correlation Coefficient	1,000	,313**	,593**	,346**	,353**	,554**	,227**	,176**	-,369**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	845	847	847	847	846	847	845	729
	kako pogosto obiskujete muzej	Correlation Coefficient	,313**	1,000	,196**	,589**	,436**	,267**	,489**	,601**	-,290**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	845	847	847	847	847	846	847	845	729
	zvecer v lokal na pijaco	Correlation Coefficient	,593**	,196**	1,000	,199**	,218**	,480**	,101**	,112**	-,294**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,003	,001	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	731
	kako pogosto obiskujete gledališče	Correlation Coefficient	,346**	,589**	,199**	1,000	,610**	,317**	,659**	,502**	-,305**
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	731
	Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Correlation Coefficient	,554**	,267**	,480**	,317**	,420**	,500**	,397**	,242**	-,255**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	846	846	848	848	848	848	846	730	
	Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	Correlation Coefficient	,227**	,489**	,101**	,659**	,500**	,265**	1,000	,544**	-,285**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	731
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Correlation Coefficient	,176**	,601**	,112**	,502**	,397**	,256**	,544**	1,000	-,296**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	845	845	847	847	847	846	847	847	729
Izobrazba Očeta		Correlation Coefficient	-,369**	-,290**	-,294**	-,305**	-,242**	-,255**	-,285**	-,296**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	729	729	731	731	731	730	731	729	733

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabela D.4: koreacijska matrika kulturna potrošnja*ESEC

		Esec (4r)										
		Kako pogoste obiščete umetniško galerijo										
		Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert										
		Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)										
		Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.										
		zvečer v lokal na pijačo										
		kako pogosto obiskujete gledališče										
		kako pogosto obiskujete muzej										
		kako pogosto obiskujete kino										
		Esec (4r)										
Spearman's rho	kako pogosto obiskujete kino		Correlation Coefficient	1,000	,313**	,593**	,346**	,353**	,554**	,227**	,176**	-,288**
	Sig. (2-tailed)			.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N			847	845	847	847	847	846	847	845	671
	kako pogosto obiskujete muzej		Correlation Coefficient	,313**	1,000	,196**	,589**	,436**	,267**	,489**	,601**	-,342**
	Sig. (2-tailed)			,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N			845	847	847	847	847	846	847	845	671
	zvečer v lokal na pijačo		Correlation Coefficient	,593**	,196**	1,000	,199**	,218**	,480**	,101**	,112**	-,079*
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	.	,000	,000	,000	,003	,001	,039
	N			847	847	849	849	849	848	849	847	673
	kako pogosto obiskujete gledališče		Correlation Coefficient	,346**	,589**	,199**	1,000	,610**	,317**	,659**	,502**	-,404**
Spearman's rho	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	
	N			847	847	849	849	849	848	849	847	673
	Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.		Correlation Coefficient	,353**	,436**	,218**	,610**	1,000	,420**	,500**	,397**	-,318**
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	
	N			847	847	849	849	849	848	849	847	673
	Kako pogoste greste na koncert popularne glasbe (rock pop)		Correlation Coefficient	,554**	,267**	,480**	,317**	,420**	1,000	,265**	,256**	-,204**
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	
	N			846	846	848	848	848	848	848	846	672
	Kako pogoste obiščete opero, balet, klasični koncert		Correlation Coefficient	,227**	,489**	,101**	,659**	,500**	,265**	1,000	,544**	-,389**
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,003	,000	,000	,000	.	,000	,000
	N			847	847	849	849	849	848	849	847	673
Spearman's rho	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo		Correlation Coefficient	,176**	,601**	,112**	,502**	,397**	,256**	,544**	1,000	-,409**
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	.	
	N			845	845	847	847	847	846	847	847	671
	Esec (4r)		Correlation Coefficient	-,288**	-,342**	-,079*	-,404**	-,318**	-,204**	-,389**	-,409**	1,000
Spearman's rho	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,039	,000	,000	,000	,000	.	
	N			671	671	673	673	673	672	673	671	676

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabela D.5: koreacijska matrika kulturna potrošnja*število otrok v gospodinjstvu od 0 do 17

		otroci									
		otroci									
		Kako pogoste obiščete umetniško galerijo									
		Kako pogoste obiščete opero, balet, klasični koncert									
		Kako pogoste obiskujete koncert popularne glasbe (rock pop)									
		Kako pogoste obiskujete Spas teater ipd.									
		Kako pogoste obiskujete gledališče									
		Kako pogoste obiskujete zvečer v lokal na pijaco									
		Kako pogoste obiskujete muzej									
		Kako pogoste obiskujete kino									
Spearman's rho	kako pogoste obiskujete kino	Correlation Coefficient	1,000	,313 **	,593 **	,346 **	,353 **	,554 **	,227 **	,176 **	-,063
	kako pogoste obiskujete kino	Sig. (2-tailed)	.	,	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,336
	kako pogoste obiskujete kino	N	847	845	847	847	847	846	847	845	238
	kako pogoste obiskujete muzej	Correlation Coefficient	,313 **	1,000	,196 **	,589 **	,436 **	,267 **	,489 **	,601 **	-,056
	kako pogoste obiskujete muzej	Sig. (2-tailed)	,	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,384
	kako pogoste obiskujete muzej	N	845	847	847	847	847	846	847	845	240
	zvečer v lokal na pijaco	Correlation Coefficient	,593 **	,196 **	1,000	,199 **	,218 **	,480 **	,101 **	,112 **	,016
	zvečer v lokal na pijaco	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	.	,000	,000	,003	,001	,804
	zvečer v lokal na pijaco	N	847	847	849	849	849	848	849	847	240
	kako pogoste obiskujete gledališče	Correlation Coefficient	,346 **	,589 **	,199 **	1,000	,610 **	,317 **	,659 **	,502 **	-,086
	kako pogoste obiskujete gledališče	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,185
	kako pogoste obiskujete gledališče	N	847	847	849	849	849	848	849	847	240
	Kako pogoste obiskujete Spas teater ipd.	Correlation Coefficient	,353 **	,436 **	,218 **	,610 **	1,000	,420 **	,500 **	,397 **	-,019
	Kako pogoste obiskujete Spas teater ipd.	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,766
	Kako pogoste obiskujete Spas teater ipd.	N	847	847	849	849	849	848	849	847	240
	Kako pogoste greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Correlation Coefficient	,554 **	,267 **	,480 **	,317 **	,420 **	1,000	,265 **	,256 **	,009
	Kako pogoste greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,890
	Kako pogoste greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	N	846	846	848	848	848	848	848	846	239
	Kako pogoste obiskujete opero, balet, klasični koncert	Correlation Coefficient	,227 **	,489 **	,101 **	,659 **	,500 **	,265 **	1,000	,544 **	-,064
	Kako pogoste obiskujete opero, balet, klasični koncert	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,003	,000	,000	.	,000	,323
	Kako pogoste obiskujete opero, balet, klasični koncert	N	847	847	849	849	849	848	849	847	240
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Correlation Coefficient	,176 **	,601 **	,112 **	,502 **	,397 **	,256 **	,544 **	1,000	-,011
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,001	,000	,000	,000	.	,863
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	N	845	845	847	847	847	846	847	847	239
	otroci	Correlation Coefficient	-,063	-,056	,016	-,086	-,019	,009	-,064	-,011	1,000
	otroci	Sig. (2-tailed)	,	,336	,384	,804	,185	,766	,890	,323	,863
	otroci	N	238	240	240	240	240	240	239	240	239

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabela D.6: korelacijska matrika kulturna potrošnja* zakonski stan

		Zakonski stan									
		Kako pogoste obiščete umetniško galerijo									
		Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert									
		Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)									
		Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	Kako pogosto obiskujete gledališče	Kako pogosto obiskujete zvečer v lokal na pijačo	Kako pogosto obiskujete muzej	Kako pogosto obiskujete kino	Kako pogosto obiskujete muzej	Kako pogosto obiskujete kino	Kako pogosto obiskujete muzej	Kako pogosto obiskujete kino	Zakonski stan
Spearman's rho	kako pogosto obiskujete kino	Correlation Coefficient	1,000	,313**	,593**	,346**	,353**	,554**	,227**	,176**	,418**
		Sig. (2-tailed)	.	,	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	847	845	847	847	847	846	847	845	836
	kako pogosto obiskujete muzej	Correlation Coefficient	,313**	1,000	,196**	,589**	,436**	,267**	,489**	,601**	,103**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,	,000	,000	,000	,000	,000	,003
		N	845	847	847	847	847	846	847	845	836
	zvečer v lokal na pijačo	Correlation Coefficient	,593**	,196**	1,000	,199**	,218**	,480**	,101**	,112**	,414**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,	,000	,000	,003	,001	,000
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	838
	kako pogosto obiskujete gledališče	Correlation Coefficient	,346**	,589**	,199**	1,000	,610**	,317**	,659**	,502**	,054
Spearman's rho		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,	,000	,000	,000	,120
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	838
	Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	Correlation Coefficient	,353**	,436**	,218**	,610**	1,000	,420**	,500**	,397**	,068
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,	,000	,000	,000	,051
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	838
	Kako pogoste obiščete na koncert popularne glasbe (rock pop)	Correlation Coefficient	,554**	,267**	,480**	,317**	,420**	1,000	,265**	,256**	,323**
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,	,000	,000	,000
		N	846	846	848	848	848	848	848	846	837
	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Correlation Coefficient	,227**	,489**	,101**	,659**	,500**	,265**	1,000	,544**	,021
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,003	,000	,000	,	,000	,548
		N	847	847	849	849	849	848	849	847	838
Zakonski stan	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Correlation Coefficient	,176**	,601**	,112**	,502**	,397**	,256**	,544**	1,000	,063
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,001	,000	,000	,000	,	,068
		N	845	845	847	847	847	846	847	847	836
	Zakonski stan	Correlation Coefficient	,418**	,103**	,414**	,054	,068	,323**	,021	,063	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,	,003	,000	,120	,051	,000	,548	,068
		N	836	836	838	838	838	837	838	836	841

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PRILOGA E: IZRAČUNI ZA ŽENSKE

Tabela E.1: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kako pogosto obiskujete kino *	412,520 ^a	99,6%	1,724	,4%	414,244	100,0%
Izobrazba						

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.2: Crosstab Kako pogosto obiskujete kino * Izobrazba

			Izobrazba					Total
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...	
kako pogosto obiskujete kino	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	4	0	15	22	28	69
		% within Izobrazba	7,5%	,0%	15,6%	28,6%	20,4%	16,6%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	1	8	26	26	54	115
		% within Izobrazba	1,9%	15,4%	27,1%	33,8%	39,4%	27,7%
	1-krat letno ali manj	Count	8	15	25	15	31	94
		% within Izobrazba	15,1%	28,8%	26,0%	19,5%	22,6%	22,7%
	nikoli	Count	40	29	30	14	24	137
		% within Izobrazba	75,5%	55,8%	31,3%	18,2%	17,5%	33,0%
	Total	Count	53	52	96	77	137	415
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,486			,000
	Cramer's V	,280			,000
	Contingency Coefficient	,437			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,408	,042	-9,094	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,398	,043	-8,825	,000 ^c
N of Valid Cases		415			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Slika E.1: grafični prikaz kino*izobrazba žensk

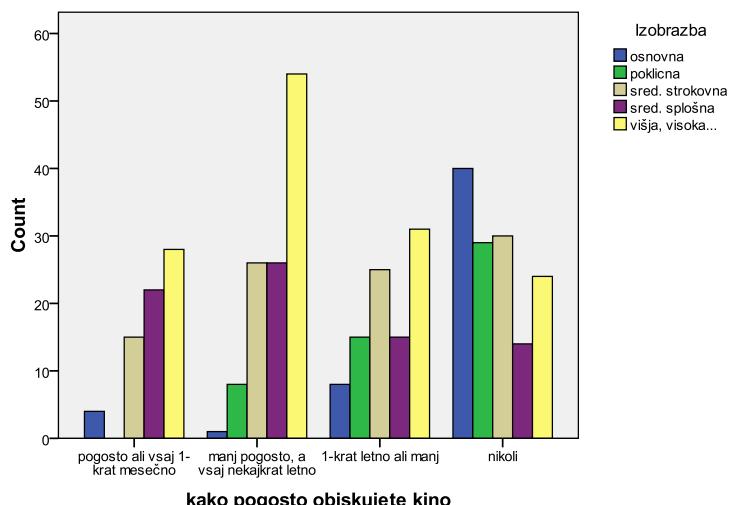


Tabela E.3: Hi- kvadrat Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	97,879 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	108,855	12	,000
Linear-by-Linear Association	69,065	1	,000
N of Valid Cases	415		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,65.

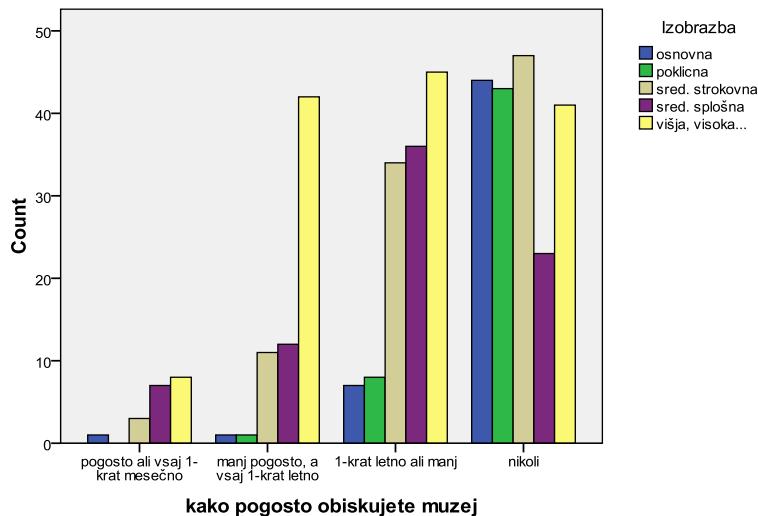
Tabela E.4: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kako pogosto obiskujete muzej * Izobrazba	412,520 ^a	99,6%	1,724	,4%	414,244	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.5: Crosstab Kako pogosto obiskujete muzej * Izobrazba

			Izobrazba					Total	
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
kako pogosto obiskujete muzej	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	1	0	3	7	8	19	
		% within Izobrazba	1,9%	,0%	3,2%	9,0%	5,9%	4,6%	
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	1	1	11	12	42	67	
		% within Izobrazba	1,9%	1,9%	11,6%	15,4%	30,9%	16,2%	
	1-krat letno ali manj	Count	7	8	34	36	45	130	
		% within Izobrazba	13,2%	15,4%	35,8%	46,2%	33,1%	31,4%	
	nikoli	Count	44	43	47	23	41	198	
		% within Izobrazba	83,0%	82,7%	49,5%	29,5%	30,1%	47,8%	
Total		Count	53	52	95	78	136	414	
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.2: grafični prikaz muzej * izobrazba žensk**Tabela E.6: Hi-kvadrat test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	97,394 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	102,993	12	,000
Linear-by-Linear Association	67,458	1	,000
N of Valid Cases	414		

a. 4 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,39.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,485			,000
	Cramer's V	,280			,000
	Contingency Coefficient	,436			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,404	,039	-8,968	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,421	,042	-9,418	,000 ^c
N of Valid Cases		414			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis. c. Based on normal approximation.

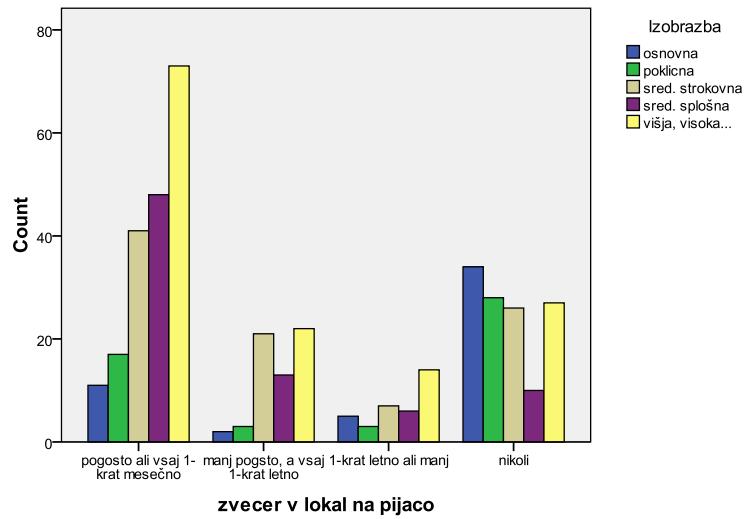
Tabela E.7: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
zvečer v lokal na pijaco * Izobrazba	412,520 ^a	99,6%	1,724	,4%	414,244	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.8: Crosstab Zvečer v lokal na pijačo * Izobrazba

			Izobrazba					Total	
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
zvečer v lokal na pijačo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	11	17	41	48	73	190	
		% within Izobrazba	21,2%	33,3%	43,2%	62,3%	53,7%	46,2%	
	manj pogsto, a vsaj 1-krat letno	Count	2	3	21	13	22	61	
		% within Izobrazba	3,8%	5,9%	22,1%	16,9%	16,2%	14,8%	
	1-krat letno ali manj	Count	5	3	7	6	14	35	
		% within Izobrazba	9,6%	5,9%	7,4%	7,8%	10,3%	8,5%	
	nikoli	Count	34	28	26	10	27	125	
		% within Izobrazba	65,4%	54,9%	27,4%	13,0%	19,9%	30,4%	
Total		Count	52	51	95	77	136	411	
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.3: grafični prikaz lokal*izobrazba žensk**Tabela E.9: Hi-kvadrat test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	70,925 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	70,269	12	,000
Linear-by-Linear Association	43,620	1	,000
N of Valid Cases	411		

a. 2 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,34.

Symetric measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,415			,000
	Cramer's V	,240			,000
	Contingency Coefficient	,384			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,326	,047	-6,978	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,292	,048	-6,181	,000 ^c
N of Valid Cases		411			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

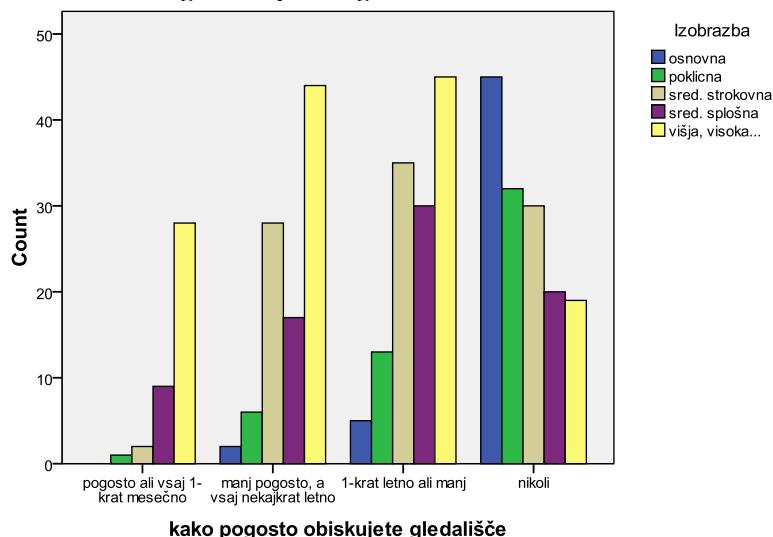
Tabela E.10: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kako pogosto obiskujete gledališče * Izobrazba	412,520 ^a	99,6%	1,724	,4%	414,244	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.11: Crosstab kako pogosto obiskujete gledališče * Izobrazba

			Izobrazba					Total	
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
kako pogosto obiskujete gledališče	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	1	2	9	28	40	
		% within Izobrazba	,0%	1,9%	2,1%	11,8%	20,6%	9,7%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	2	6	28	17	44	97	
		% within Izobrazba	3,8%	11,5%	29,5%	22,4%	32,4%	23,6%	
	1-krat letno ali manj	Count	5	13	35	30	45	128	
		% within Izobrazba	9,6%	25,0%	36,8%	39,5%	33,1%	31,1%	
	nikoli	Count	45	32	30	20	19	146	
		% within Izobrazba	86,5%	61,5%	31,6%	26,3%	14,0%	35,5%	
Total		Count	52	52	95	76	136	411	
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.4: grafični prikaz gledališče*izobrazba žensk**Tabela E.12: Hi-kvadrat Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	127,705 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	133,404	12	,000
Linear-by-Linear Association	96,162	1	,000
N of Valid Cases	411		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,06.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,557			,000
	Cramer's V	,322			,000
	Contingency Coefficient	,487			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,484	,036	-11,195	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,484	,040	-11,189	,000 ^c
N of Valid Cases		411			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

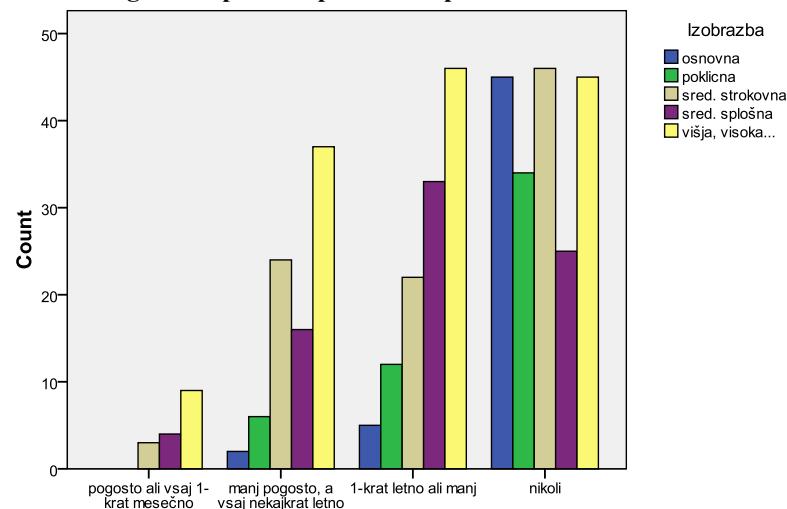
Tabela E.13: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd. * Izobrazba	412,520 ^a	99,6%	1,724	,4%	414,244	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.14: Crosstab Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd. * Izobrazba

			Izobrazba					Total	
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	3	4	9	16	
		% within Izobrazba	,0%	,0%	3,2%	5,1%	6,6%	3,9%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	2	6	24	16	37	85	
		% within Izobrazba	3,8%	11,5%	25,3%	20,5%	27,0%	20,5%	
	1-krat letno ali manj	Count	5	12	22	33	46	118	
		% within Izobrazba	9,6%	23,1%	23,2%	42,3%	33,6%	28,5%	
	nikoli	Count	45	34	46	25	45	195	
		% within Izobrazba	86,5%	65,4%	48,4%	32,1%	32,8%	47,1%	
Total		Count	52	52	95	78	137	414	
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.5: grafični prikaz Špas teater ipd*izobrazba žensk**Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd.****Tabela E.15: Hi-kvadrat Test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	64,998 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	71,172	12	,000
Linear-by-Linear Association	45,656	1	,000
N of Valid Cases	414		

a. 4 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,01.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,396			,000
	Cramer's V	,229			,000
	Contingency Coefficient	,368			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,332	,040	-7,156	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,331	,044	-7,131	,000 ^c
N of Valid Cases		414			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

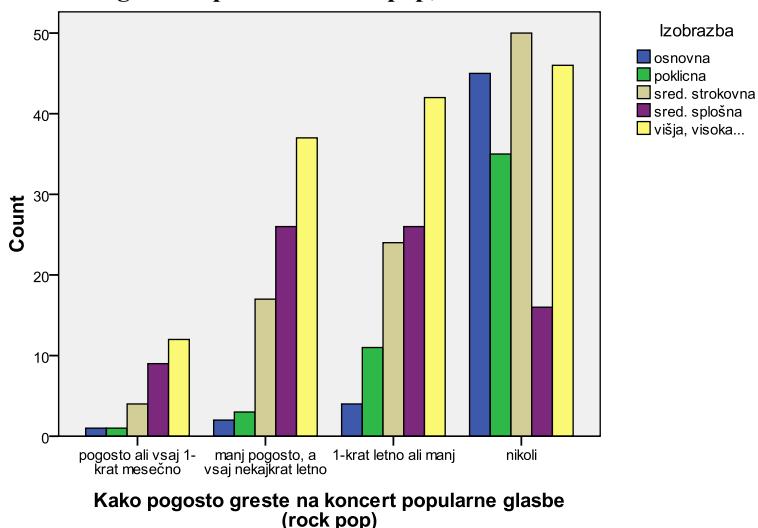
Tabela E.16: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop) * Izobrazba	411,220 ^a	99,3%	3,024	,7%	414,244	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.17: Crosstab Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop) * Izobrazba

			Izobrazba					Total
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...	
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	1	1	4	9	12	27
		% within Izobrazba	1,9%	2,0%	4,2%	11,7%	8,8%	6,6%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	2	3	17	26	37	85
		% within Izobrazba	3,8%	6,0%	17,9%	33,8%	27,0%	20,7%
	1-krat letno ali manj	Count	4	11	24	26	42	107
		% within Izobrazba	7,7%	22,0%	25,3%	33,8%	30,7%	26,0%
	nikoli	Count	45	35	50	16	46	192
		% within Izobrazba	86,5%	70,0%	52,6%	20,8%	33,6%	46,7%
	Total	Count	52	50	95	77	137	411
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.6: grafični prikaz koncert pop, rock*izobrazba žensk**Tabela E.18: Hi-kvadrat test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	80,158 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	86,816	12	,000
Linear-by-Linear Association	52,496	1	,000
N of Valid Cases	411		

a. 2 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,28.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,442			,000
	Cramer's V	,255			,000
	Contingency Coefficient	,404			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,358	,041	-7,750	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,362	,044	-7,843	,000 ^c
N of Valid Cases		411			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

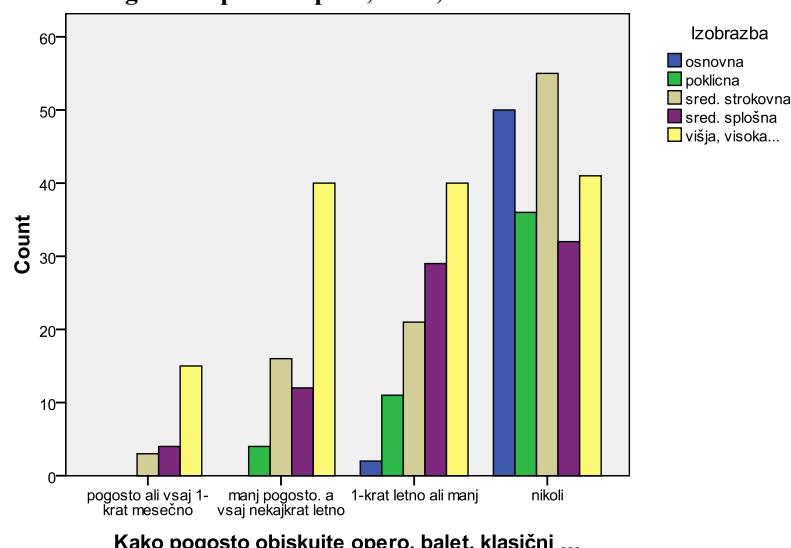
Tabela E.19: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert *	412,520 ^a	99,6%	1,724	,4%	414,244	100,0%
Izobrazba						

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.20: Crosstab Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert * Izobrazba

			Izobrazba					Total
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...	
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	3	4	15	22
		% within Izobrazba	,0%	,0%	3,2%	5,2%	11,0%	5,4%
	manj pogosto. a vsaj nekajkrat letno	Count	0	4	16	12	40	72
		% within Izobrazba	,0%	7,8%	16,8%	15,6%	29,4%	17,5%
	1-krat letno ali manj	Count	2	11	21	29	40	103
		% within Izobrazba	3,8%	21,6%	22,1%	37,7%	29,4%	25,1%
	nikoli	Count	50	36	55	32	41	214
		% within Izobrazba	96,2%	70,6%	57,9%	41,6%	30,1%	52,1%
	Total	Count	52	51	95	77	136	411
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.7: grafični prikaz opera, balet, klasika*izobrazba žensk**Tabela E.21: Hi-kvadrat test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	90,963 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	105,283	12	,000
Linear-by-Linear Association	74,587	1	,000
N of Valid Cases	411		

a. 3 cells (15,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,73.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,470			,000
	Cramer's V	,272			,000
	Contingency Coefficient	,426			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,427	,035	-9,537	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,437	,040	-9,831	,000 ^c
N of Valid Cases		411			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

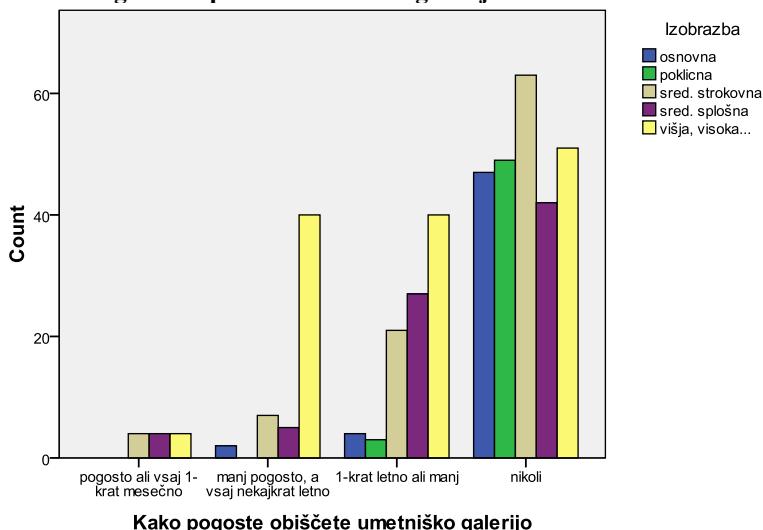
Tabela E.22: Sumarnik

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo * Izobrazba	411,220 ^a	99,3%	3,024	,7%	414,244	100,0%

a. Number of valid cases is different from the total count in the crosstabulation table because the cell counts have been rounded.

Tabela E.23: Crosstab Kako pogoste obiščete umetniško galerijo * Izobrazba

			Izobrazba					Total	
			osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	4	4	4	12	
		% within Izobrazba	,0%	,0%	4,2%	5,1%	3,0%	2,9%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	2	0	7	5	40	54	
		% within Izobrazba	3,8%	,0%	7,4%	6,4%	29,6%	13,1%	
	1-krat letno ali manj	Count	4	3	21	27	40	95	
		% within Izobrazba	7,5%	5,8%	22,1%	34,6%	29,6%	23,0%	
	nikoli	Count	47	49	63	42	51	252	
		% within Izobrazba	88,7%	94,2%	66,3%	53,8%	37,8%	61,0%	
Total		Count	53	52	95	78	135	413	
		% within Izobrazba	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.8: grafični prikaz umetniška galerija*izobrazba žensk**Tabela E.24: Hi-kvadrat test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	97,046 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	105,249	12	,000
Linear-by-Linear Association	62,573	1	,000
N of Valid Cases	413		

a. 5 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,51.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,485			,000
	Cramer's V	,280			,000
	Contingency Coefficient	,436			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,390	,038	-8,579	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,423	,040	-9,454	,000 ^c
N of Valid Cases		413			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.25: Crosstab Kako pogosto obiskujete kino * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta					Total		
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
kako pogosto obiskujete kino	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	9	14	11	6	19	59	
		% within Izobrazba Očeta	8,7%	13,6%	16,9%	28,6%	28,8%	16,4%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	18	29	27	8	23	105	
		% within Izobrazba Očeta	17,3%	28,2%	41,5%	38,1%	34,8%	29,2%	
	1-krat letno ali manj	Count	22	30	14	4	14	84	
		% within Izobrazba Očeta	21,2%	29,1%	21,5%	19,0%	21,2%	23,4%	
	nikoli	Count	55	30	13	3	10	111	
		% within Izobrazba Očeta	52,9%	29,1%	20,0%	14,3%	15,2%	30,9%	
Total		Count	104	103	65	21	66	359	
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.9: grafični prikaz kino * Izobrazba Očeta

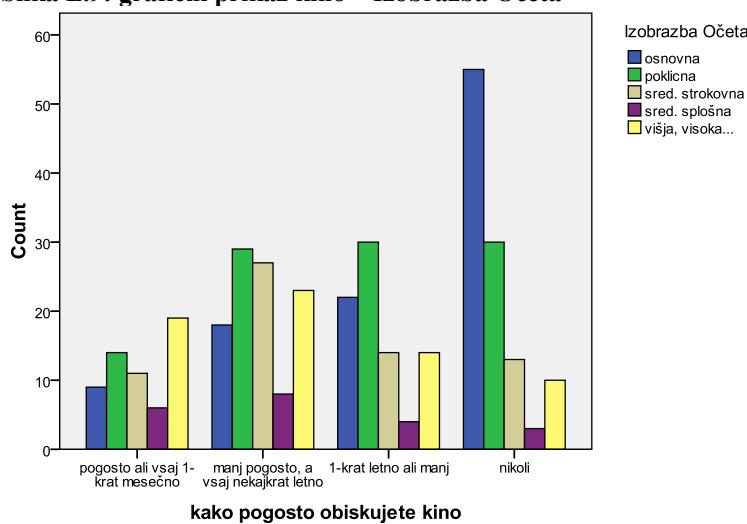


Tabela E.26: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50,193 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	49,078	12	,000
Linear-by-Linear Association	37,570	1	,000
N of Valid Cases	359		

a. 2 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,45.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,374			,000
	Cramer's V	,216			,000
	Contingency Coefficient	,350			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,324	,049	-6,470	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,341	,049	-6,846	,000 ^c
N of Valid Cases		359			

a. Not assuming the null hypothesis. b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.27: Crosstab Kako pogosto obiskujete muzej * Izobrazba Očeta

				Izobrazba Očeta					Total	
				osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
kako pogosto obiskujete muzej	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	1	4	4	1	7	17		
		% within Izobrazba Očeta	1,0%	3,8%	6,2%	4,5%	10,4%	4,7%		
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	9	14	11	10	15	59		
		% within Izobrazba Očeta	8,8%	13,5%	16,9%	45,5%	22,4%	16,4%		
	1-krat letno ali manj	Count	24	38	24	5	25	116		
		% within Izobrazba Očeta	23,5%	36,5%	36,9%	22,7%	37,3%	32,2%		
	nikoli	Count	68	48	26	6	20	168		
		% within Izobrazba Očeta	66,7%	46,2%	40,0%	27,3%	29,9%	46,7%		
Total		Count	102	104	65	22	67	360		
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.10: grafični prikaz muzej * Izobrazba Očeta

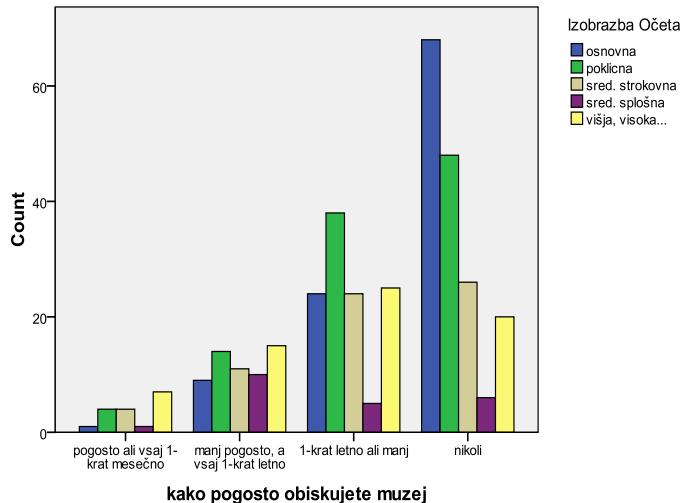


Tabela E.28: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44,851 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	42,140	12	,000
Linear-by-Linear Association	30,500	1	,000
N of Valid Cases	360		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,04.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,353			,000
	Cramer's V	,204			,000
	Contingency Coefficient	,333			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,291	,050	-5,765	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,300	,049	-5,954	,000 ^c
N of Valid Cases		360			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.29: Kako pogosto zahajate zvečer v lokal na pijačo * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta						Total	
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
zvečer v lokal na pijaco	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	31	47	41	12	37	168	
		% within Izobrazba Očeta	30,1%	45,2%	63,1%	54,5%	55,2%	46,5%	
	manj pogsto, a vsaj 1-krat letno	Count	10	19	10	4	13	56	
		% within Izobrazba Očeta	9,7%	18,3%	15,4%	18,2%	19,4%	15,5%	
	1-krat letno ali manj	Count	5	12	3	3	7	30	
		% within Izobrazba Očeta	4,9%	11,5%	4,6%	13,6%	10,4%	8,3%	
	nikoli	Count	57	26	11	3	10	107	
		% within Izobrazba Očeta	55,3%	25,0%	16,9%	13,6%	14,9%	29,6%	
Total		Count	103	104	65	22	67	361	
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.10: grafični prikaz lokal* Izobrazba Očeta

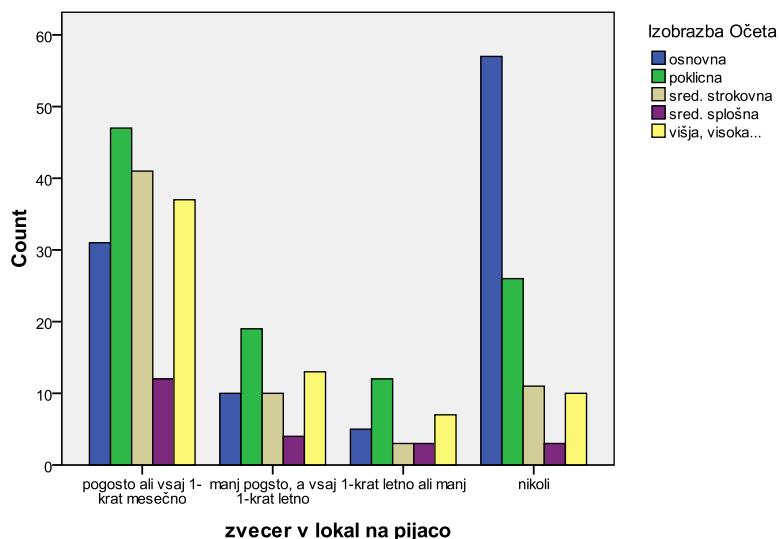


Tabela E.30: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53,755 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	52,164	12	,000
Linear-by-Linear Association	26,866	1	,000
N of Valid Cases	361		

a. 2 cells (10,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,83.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,386			,000
	Cramer's V	,223			,000
	Contingency Coefficient	,360			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,273	,049	-5,381	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,292	,050	-5,785	,000 ^c
N of Valid Cases		361			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.31: Crosstab Kako pogosto obiskujete gledališče * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta					Total		
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
kako pogosto obiskujete gledališče	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	7	8	7	4	13	39	
		% within Izobrazba Očeta	6,8%	7,8%	10,6%	18,2%	19,4%	10,8%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	13	31	22	5	19	90	
		% within Izobrazba Očeta	12,6%	30,1%	33,3%	22,7%	28,4%	24,9%	
	1-krat letno ali manj	Count	26	36	21	8	23	114	
		% within Izobrazba Očeta	25,2%	35,0%	31,8%	36,4%	34,3%	31,6%	
	nikoli	Count	57	28	16	5	12	118	
		% within Izobrazba Očeta	55,3%	27,2%	24,2%	22,7%	17,9%	32,7%	
Total		Count	103	103	66	22	67	361	
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.10: grafični prikaz gledališče * Izobrazba Očeta

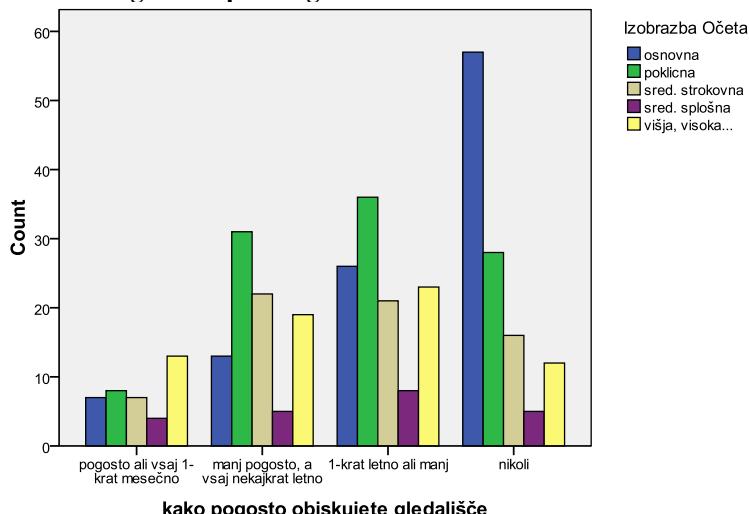


Tabela E.32: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,406 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	42,229	12	,000
Linear-by-Linear Association	25,265	1	,000
N of Valid Cases	361		

a. 1 cells (5,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,38.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,347			,000
	Cramer's V	,200			,000
	Contingency Coefficient	,328			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,265	,051	-5,205	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,288	,050	-5,704	,000 ^c
N of Valid Cases		361			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.33: Crosstab Kako pogosto obiskujete špas teater ipd. * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta					Total		
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	3	2	3	7	15	
		% within Izobrazba Očeta	,0%	2,9%	3,1%	13,6%	10,4%	4,2%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	10	29	16	5	17	77	
		% within Izobrazba Očeta	9,7%	27,9%	24,6%	22,7%	25,4%	21,3%	
	1-krat letno ali manj	Count	24	31	22	6	20	103	
		% within Izobrazba Očeta	23,3%	29,8%	33,8%	27,3%	29,9%	28,5%	
	nikoli	Count	69	41	25	8	23	166	
		% within Izobrazba Očeta	67,0%	39,4%	38,5%	36,4%	34,3%	46,0%	
Total		Count	103	104	65	22	67	361	
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.10: grafični prikaz Špas teater itd. * Izobrazba Očeta

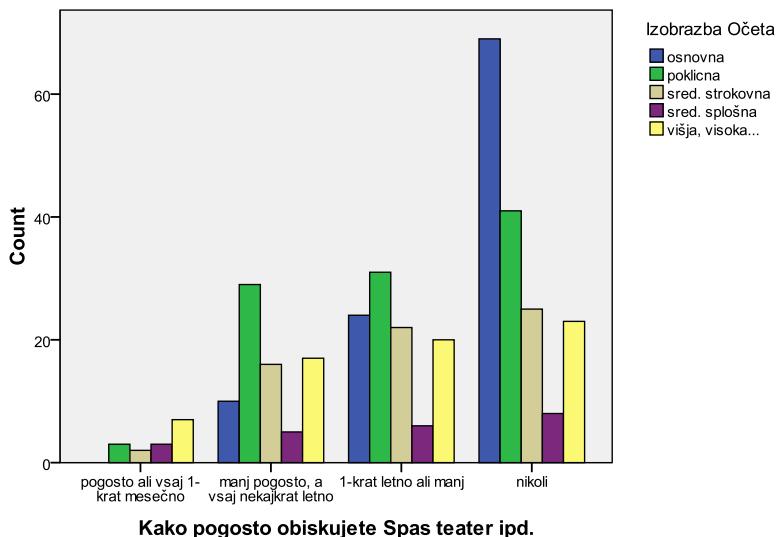


Tabela E.34: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41,313 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	42,513	12	,000
Linear-by-Linear Association	23,015	1	,000
N of Valid Cases	361		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,91.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,338			,000
	Cramer's V	,195			,000
	Contingency Coefficient	,320			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,253	,050	-4,952	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,264	,049	-5,181	,000 ^c
N of Valid Cases		361			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.35: Crosstab Kako pogosto obiščete koncert popularne glasbe (pop, rock) * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta						Total
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	7	2	4	2	10	25
		% within Izobrazba Očeta	6,9%	1,9%	6,1%	9,1%	14,9%	6,9%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	12	22	15	10	16	75
		% within Izobrazba Očeta	11,8%	21,4%	22,7%	45,5%	23,9%	20,8%
	1-krat letno ali manj	Count	14	36	23	3	22	98
		% within Izobrazba Očeta	13,7%	35,0%	34,8%	13,6%	32,8%	27,2%
	nikoli	Count	69	43	24	7	19	162
		% within Izobrazba Očeta	67,6%	41,7%	36,4%	31,8%	28,4%	45,0%
Total		Count	102	103	66	22	67	360
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.10: grafični prikaz koncert pop, rock * Izobrazba Očeta

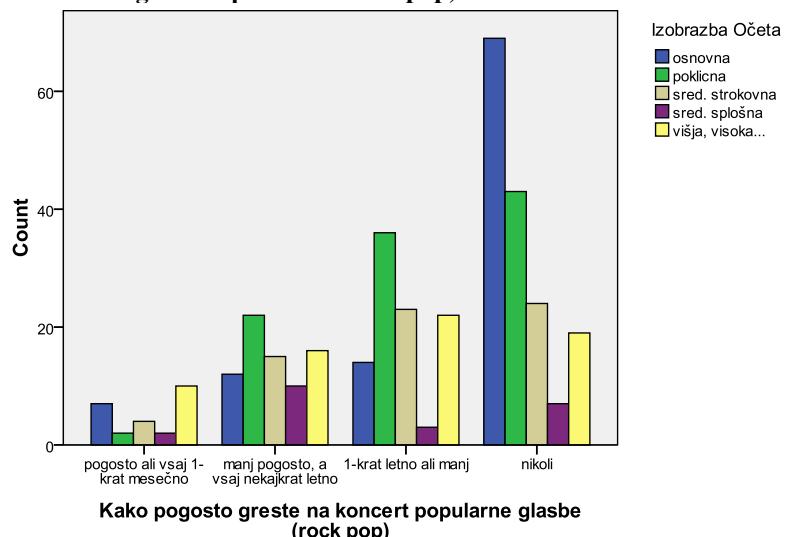


Tabela E.36: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	51,630 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	51,450	12	,000
Linear-by-Linear Association	24,111	1	,000
N of Valid Cases	360		

a. 4 cells (20,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,53.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,379			,000
	Cramer's V	,219			,000
	Contingency Coefficient	,354			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,259	,053	-5,077	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,277	,052	-5,460	,000 ^c
N of Valid Cases		360			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.37: Crosstab Kako pogosto obiščete opero, balet, koncert klasične glasbe * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta						Total	
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	1	6	5	3	5	20	
		% within Izobrazba Očeta	1,0%	5,8%	7,7%	14,3%	7,6%	5,6%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	5	19	15	5	18	62	
		% within Izobrazba Očeta	4,9%	18,4%	23,1%	23,8%	27,3%	17,4%	
	1-krat letno ali manj	Count	19	31	14	7	21	92	
		% within Izobrazba Očeta	18,6%	30,1%	21,5%	33,3%	31,8%	25,8%	
	nikoli	Count	77	47	31	6	22	183	
		% within Izobrazba Očeta	75,5%	45,6%	47,7%	28,6%	33,3%	51,3%	
Total		Count	102	103	65	21	66	357	
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.11: grafični prikaz koncert pop, rock * Izobrazba Očeta

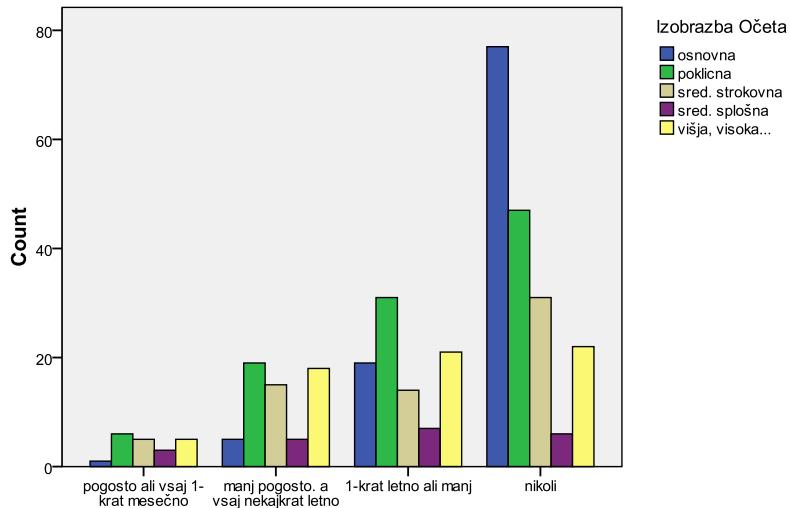


Tabela E.38: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,686 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	49,335	12	,000
Linear-by-Linear Association	30,333	1	,000
N of Valid Cases	357		

a. 4 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,18.

Kako pogosto obiščute opero, balet, klasični ...

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,358			,000
	Cramer's V	,207			,000
	Contingency Coefficient	,337			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,292	,048	-5,750	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,321	,047	-6,385	,000 ^c
N of Valid Cases		357			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.39: Crosstab Kako pogoste obiščete umetniško galerijo * Izobrazba Očeta

		Izobrazba Očeta						Total	
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	2	1	1	5	9	
		% within Izobrazba Očeta	,0%	2,0%	1,5%	4,5%	7,6%	2,5%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	3	10	14	7	15	49	
		% within Izobrazba Očeta	3,0%	9,8%	21,2%	31,8%	22,7%	13,7%	
	1-krat letno ali manj	Count	13	32	16	7	17	85	
		% within Izobrazba Očeta	12,9%	31,4%	24,2%	31,8%	25,8%	23,8%	
	nikoli	Count	85	58	35	7	29	214	
		% within Izobrazba Očeta	84,2%	56,9%	53,0%	31,8%	43,9%	59,9%	
Total		Count	101	102	66	22	66	357	
		% within Izobrazba Očeta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.12: grafični prikaz umetniška galerija * Izobrazba Očeta

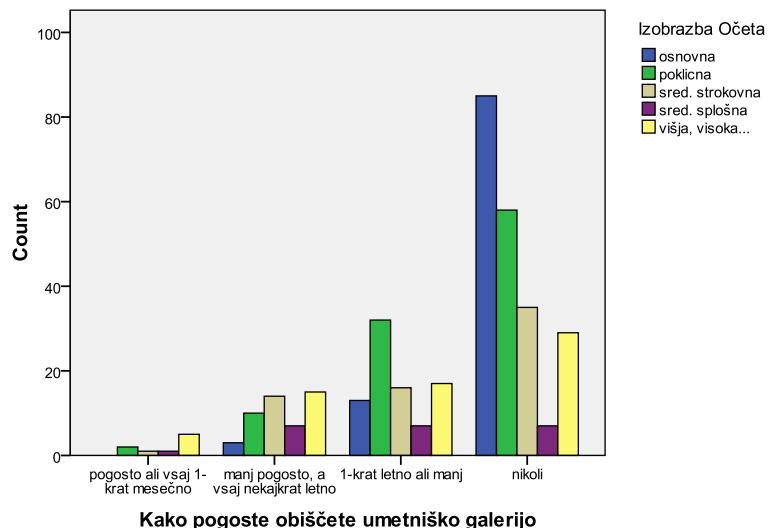


Tabela E.40: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	55,998 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	58,404	12	,000
Linear-by-Linear Association	40,273	1	,000
N of Valid Cases	357		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,55.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,396			,000
	Cramer's V	,229			,000
	Contingency Coefficient	,368			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,336	,049	-6,729	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,342	,047	-6,857	,000 ^c
N of Valid Cases		357			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.41: Crosstab Kako pogosto obiskujete kino * Izobrazba partnerja

		Izobrazba Partnerja						Total	
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
kako pogosto obiskujete kino	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	1	1	13	7	10	32	
		% within Izobrazba Partnerja	5,6%	2,6%	18,1%	17,5%	12,8%	13,0%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	0	9	16	14	34	73	
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	23,7%	22,2%	35,0%	43,6%	29,7%	
	1-krat letno ali manj	Count	4	11	17	10	23	65	
		% within Izobrazba Partnerja	22,2%	28,9%	23,6%	25,0%	29,5%	26,4%	
	nikoli	Count	13	17	26	9	11	76	
		% within Izobrazba Partnerja	72,2%	44,7%	36,1%	22,5%	14,1%	30,9%	
Total		Count	18	38	72	40	78	246	
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.13: grafični prikaz kino * Izobrazba partnerja

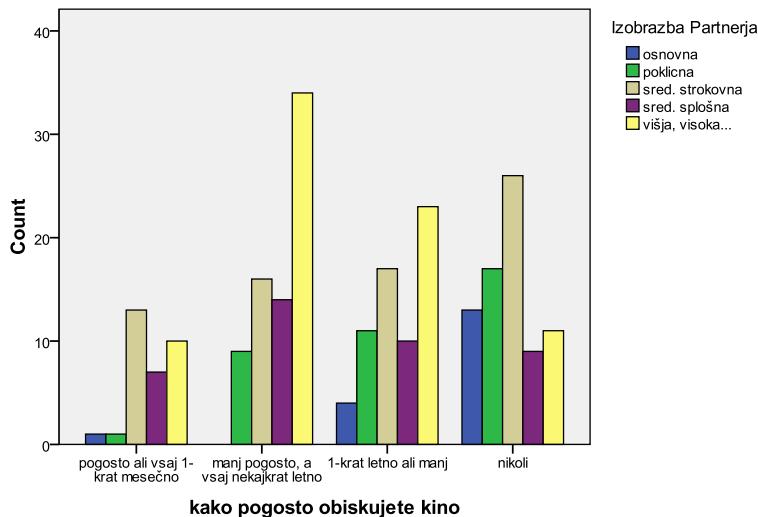


Tabela E.42: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,276 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	45,503	12	,000
Linear-by-Linear Association	24,600	1	,000
N of Valid Cases	246		

a. 3 cells (15,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,34.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,405			,000
	Cramer's V	,234			,000
	Contingency Coefficient	,375			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,317	,055	-5,219	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,318	,056	-5,246	,000 ^c
N of Valid Cases		246			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.43: Crosstab Kako pogosto obiskujete muzej * Izobrazba partnerja

		Izobrazba Partnerja						Total	
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
kako pogosto obiskujete muzej	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	1	0	7	8	
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	,0%	1,4%	,0%	9,0%	3,3%	
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	1	2	9	7	19	38	
		% within Izobrazba Partnerja	5,6%	5,1%	12,7%	17,5%	24,4%	15,4%	
	1-krat letno ali manj	Count	4	11	24	18	29	86	
		% within Izobrazba Partnerja	22,2%	28,2%	33,8%	45,0%	37,2%	35,0%	
	nikoli	Count	13	26	37	15	23	114	
		% within Izobrazba Partnerja	72,2%	66,7%	52,1%	37,5%	29,5%	46,3%	
Total		Count	18	39	71	40	78	246	
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.14: grafični prikaz muzej * Izobrazba partnerja

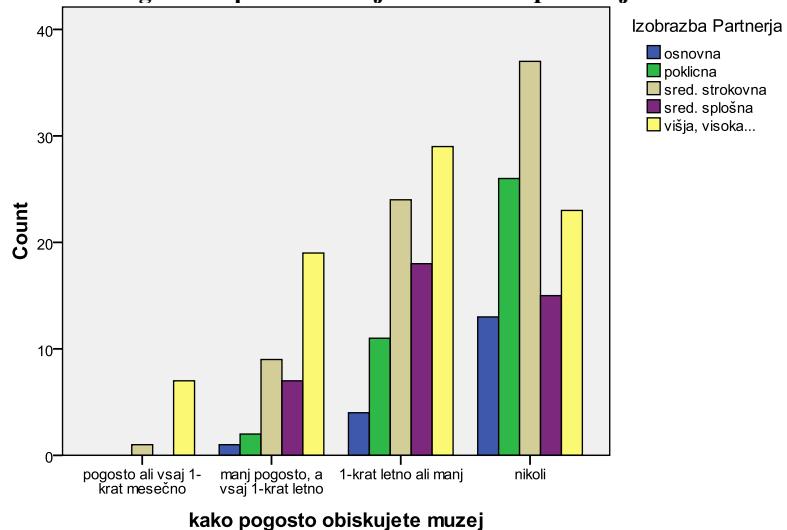


Tabela E.44: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,731 ^a	12	,001
Likelihood Ratio	36,262	12	,000
Linear-by-Linear Association	28,726	1	,000
N of Valid Cases	246		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,59.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,376			,001
	Cramer's V	,217			,001
	Contingency Coefficient	,352			,001
Interval by Interval	Pearson's R	-,342	,054	-5,693	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,338	,057	-5,616	,000 ^c
N of Valid Cases		246			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.45: Crosstab Kako pogosto zahajate zvečer v lokal na pijačo * Izobrazba partnerja

				Izobrazba Partnerja					Total	
				osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
zvečer v lokal na pijaco	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	5	13	26	20	33	97		
		% within Izobrazba Partnerja	27,8%	34,2%	36,1%	48,8%	42,3%	39,3%		
	manj pogsto, a vsaj 1-krat letno	Count	3	5	16	6	19	49		
		% within Izobrazba Partnerja	16,7%	13,2%	22,2%	14,6%	24,4%	19,8%		
	1-krat letno ali manj	Count	1	3	10	5	8	27		
		% within Izobrazba Partnerja	5,6%	7,9%	13,9%	12,2%	10,3%	10,9%		
	nikoli	Count	9	17	20	10	18	74		
		% within Izobrazba Partnerja	50,0%	44,7%	27,8%	24,4%	23,1%	30,0%		
Total		Count	18	38	72	41	78	247		
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.15: grafični prikaz lokal * Izobrazba partnerja

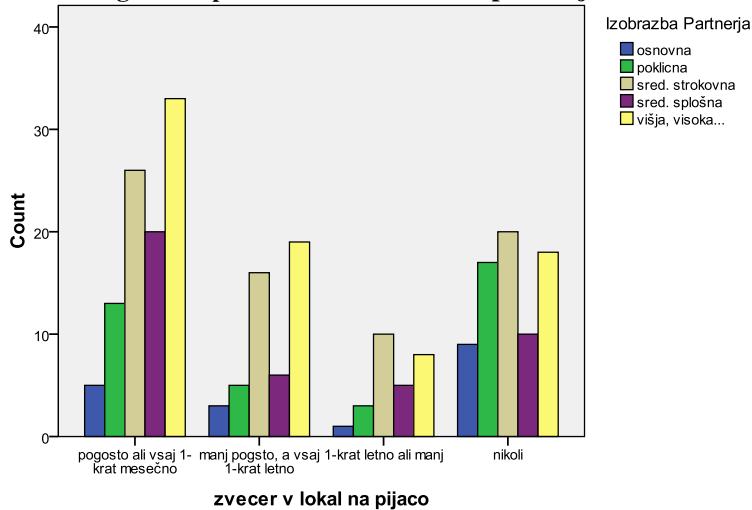


Tabela E.46: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,099 ^a	12	,362
Likelihood Ratio	12,683	12	,392
Linear-by-Linear Association	6,312	1	,012
N of Valid Cases	247		

a. 4 cells (20,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,97.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,230			,362
	Cramer's V	,133			,362
	Contingency Coefficient	,224			,362
Interval by Interval	Pearson's R	-,160	,064	-2,540	,012 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,149	,064	-2,366	,019 ^c
N of Valid Cases		247			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.47: Crosstab Kako pogosto obiskujete gledališče * Izobrazba partnerja

		Izobrazba Partnerja					Total		
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...			
kako pogosto obiskujete gledališče	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	1	0	4	1	17	23	
		% within Izobrazba Partnerja	5,6%	,0%	5,6%	2,4%	22,1%	9,4%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	0	5	25	10	24	64	
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	13,5%	35,2%	24,4%	31,2%	26,2%	
	1-krat letno ali manj	Count	5	8	23	17	26	79	
		% within Izobrazba Partnerja	27,8%	21,6%	32,4%	41,5%	33,8%	32,4%	
	nikoli	Count	12	24	19	13	10	78	
		% within Izobrazba Partnerja	66,7%	64,9%	26,8%	31,7%	13,0%	32,0%	
Total		Count	18	37	71	41	77	244	
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.16: grafični prikaz Špas teater ipd. * Izobrazba partnerja

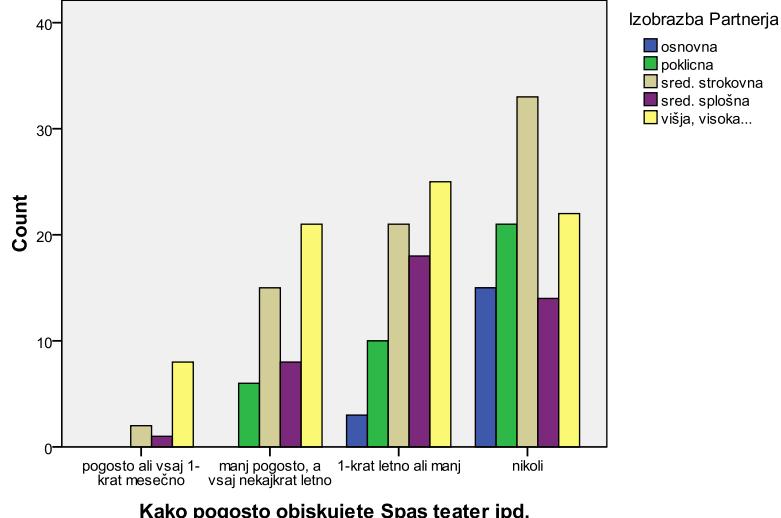


Tabela E.48: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	61,128 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	65,226	12	,000
Linear-by-Linear Association	37,087	1	,000
N of Valid Cases	244		

a. 4 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,70.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,501			,000
	Cramer's V	,289			,000
	Contingency Coefficient	,448			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,391	,055	-6,602	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,390	,056	-6,586	,000 ^c
N of Valid Cases		244			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.49: Crosstab Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd. * Izobrazba partnerja

				Izobrazba Partnerja					Total	
				osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	2	1	8	11		
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	,0%	2,8%	2,4%	10,5%	4,5%		
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	0	6	15	8	21	50		
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	16,2%	21,1%	19,5%	27,6%	20,6%		
	1-krat letno ali manj	Count	3	10	21	18	25	77		
		% within Izobrazba Partnerja	16,7%	27,0%	29,6%	43,9%	32,9%	31,7%		
	nikoli	Count	15	21	33	14	22	105		
		% within Izobrazba Partnerja	83,3%	56,8%	46,5%	34,1%	28,9%	43,2%		
Total		Count	18	37	71	41	76	243		
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.17: grafični prikaz gledališče * Izobrazba partnerja

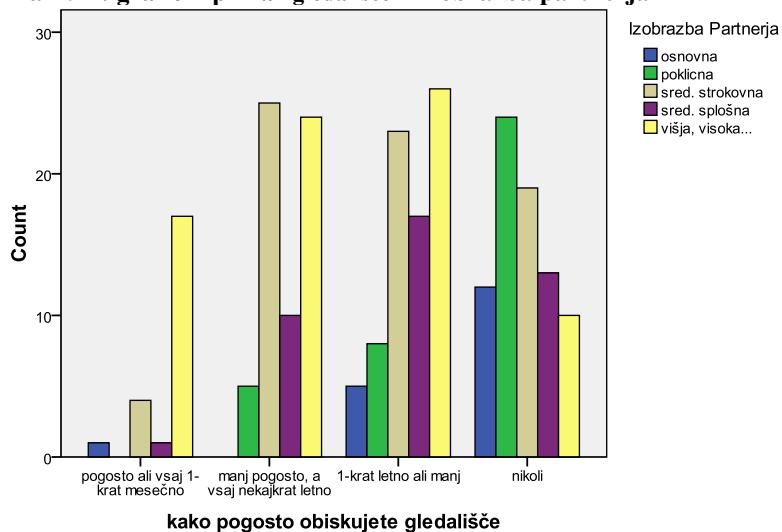


Tabela E.50: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,715 ^a	12	,002
Likelihood Ratio	35,266	12	,000
Linear-by-Linear Association	24,018	1	,000
N of Valid Cases	243		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,81.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,361			,002
	Cramer's V	,209			,002
	Contingency Coefficient	,340			,002
Interval by Interval	Pearson's R	-,315	,055	-5,153	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,306	,059	-4,985	,000 ^c
N of Valid Cases		243			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.51: Crosstab Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (pop, rock) * Izobrazba partnerja

		Izobrazba Partnerja						Total
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	2	5	3	10
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	,0%	2,8%	12,2%	3,9%	4,1%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	0	4	13	9	19	45
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	11,1%	18,3%	22,0%	24,7%	18,5%
	1-krat letno ali manj	Count	4	5	23	15	27	74
		% within Izobrazba Partnerja	22,2%	13,9%	32,4%	36,6%	35,1%	30,5%
nikoli		Count	14	27	33	12	28	114
		% within Izobrazba Partnerja	77,8%	75,0%	46,5%	29,3%	36,4%	46,9%
Total		Count	18	36	71	41	77	243
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.18: grafični prikaz koncert pop, rock * Izobrazba partnerja

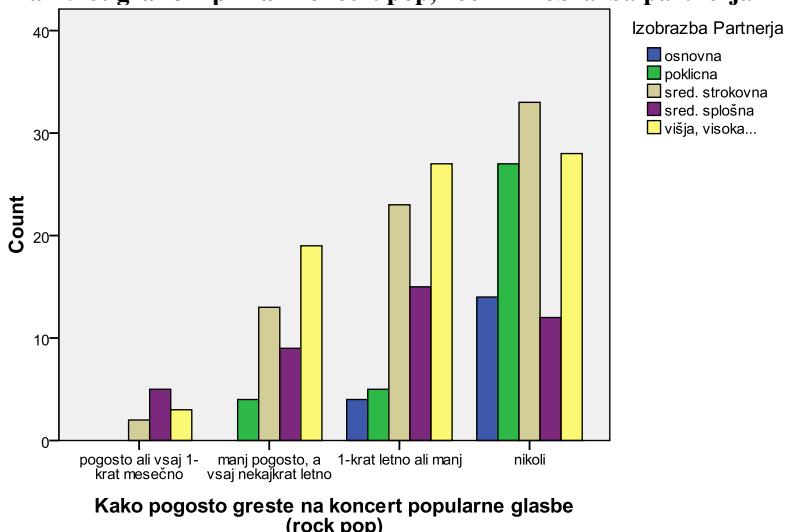


Tabela E.52: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,300 ^a	12	,001
Likelihood Ratio	37,485	12	,000
Linear-by-Linear Association	19,121	1	,000
N of Valid Cases	243		

a. 6 cells (30,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,74.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,376			,001
	Cramer's V	,217			,001
	Contingency Coefficient	,352			,001
Interval by Interval	Pearson's R	-,281	,053	-4,547	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,286	,058	-4,632	,000 ^c
N of Valid Cases		243			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.53: Crosstab Kako pogosto obiskujete opero, blaet, koncert klasične glasbe * Izobrazba partnerja

		Izobrazba Partnerja						Total
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	2	2	10	14
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	,0%	2,8%	5,0%	13,0%	5,8%
	manj pogosto. a vsaj nekajkrat letno	Count	0	2	15	5	19	41
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	5,4%	21,1%	12,5%	24,7%	16,9%
	1-krat letno ali manj	Count	5	9	14	12	21	61
		% within Izobrazba Partnerja	29,4%	24,3%	19,7%	30,0%	27,3%	25,2%
nikoli		Count	12	26	40	21	27	126
		% within Izobrazba Partnerja	70,6%	70,3%	56,3%	52,5%	35,1%	52,1%
Total		Count	17	37	71	40	77	242
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.19: grafični prikaz opera, balet * Izobrazba partnerja

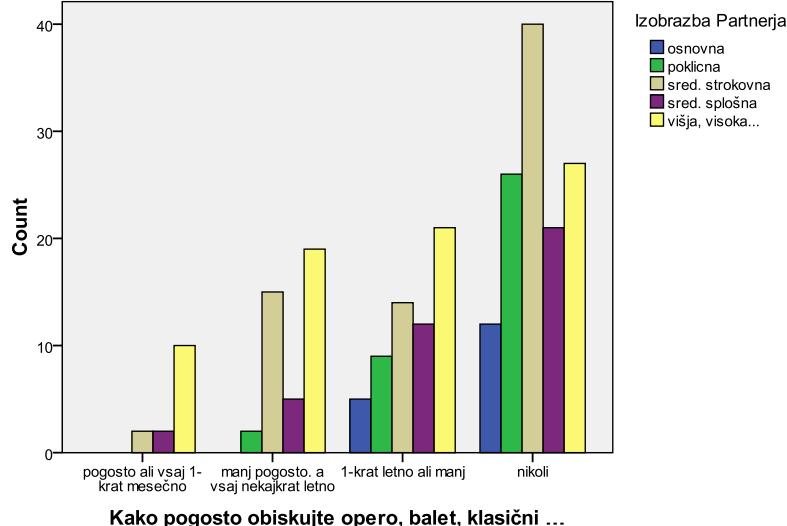


Tabela E.54: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30,330 ^a	12	,002
Likelihood Ratio	35,730	12	,000
Linear-by-Linear Association	23,312	1	,000
N of Valid Cases	242		

a. 7 cells (35,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,98.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,354			,002
	Cramer's V	,204			,002
	Contingency Coefficient	,334			,002
Interval by Interval	Pearson's R	-,311	,052	-5,070	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,300	,057	-4,870	,000 ^c
N of Valid Cases		242			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.55: Crosstab Kako pogosto obiskujete umetniško galerijo * Izobrazba partnerja

		Izobrazba Partnerja						Total
		osnovna	poklicna	sred. strokovna	sred. splošna	višja, visoka...		
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	0	0	3	0	2	5
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	,0%	4,2%	,0%	2,6%	2,0%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	0	0	4	4	23	31
		% within Izobrazba Partnerja	,0%	,0%	5,6%	9,5%	30,3%	12,6%
	1-krat letno ali manj	Count	3	8	18	11	23	63
		% within Izobrazba Partnerja	16,7%	21,1%	25,0%	26,2%	30,3%	25,6%
	nikoli	Count	15	30	47	27	28	147
		% within Izobrazba Partnerja	83,3%	78,9%	65,3%	64,3%	36,8%	59,8%
Total		Count	18	38	72	42	76	246
		% within Izobrazba Partnerja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.20: grafični prikaz umetniška galerija * Izobrazba partnerja

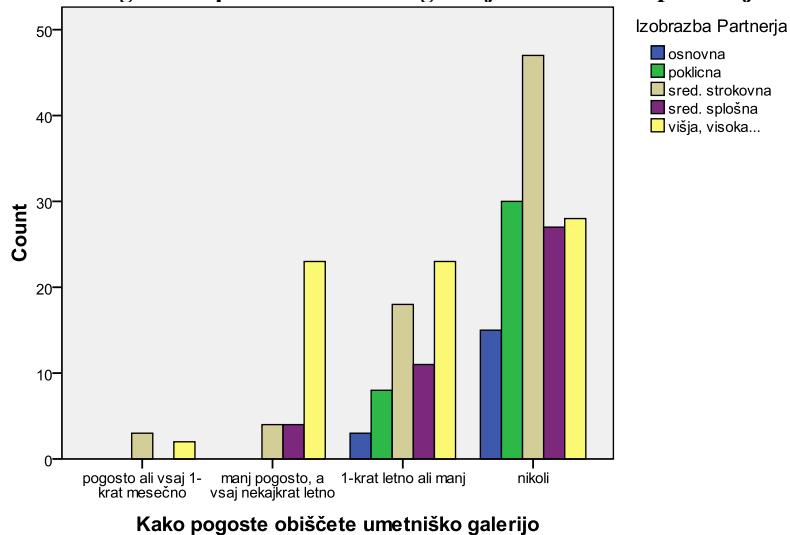


Tabela E.56: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,496 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	50,300	12	,000
Linear-by-Linear Association	30,423	1	,000
N of Valid Cases	246		

a. 8 cells (40,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,37.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,430			,000
	Cramer's V	,248			,000
	Contingency Coefficient	,395			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,352	,052	-5,882	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,357	,056	-5,974	,000 ^c
N of Valid Cases		246			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.57: Crosstab Kako pogosto obiskujete kino * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total	
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.za p.p./direkt.		
kako pogosto obiskujete kino	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	10	13	7	4	34
		% within Esec (4r)	7,5%	14,6%	8,8%	14,3%	10,3%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	19	20	35	13	87
		% within Esec (4r)	14,2%	22,5%	43,8%	46,4%	26,3%
	1-krat letno ali manj	Count	34	28	19	3	84
		% within Esec (4r)	25,4%	31,5%	23,8%	10,7%	25,4%
nikoli		Count	71	28	19	8	126
		% within Esec (4r)	53,0%	31,5%	23,8%	28,6%	38,1%
Total		Count	134	89	80	28	331
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.21: grafični prikaz kino * Poklicni razred

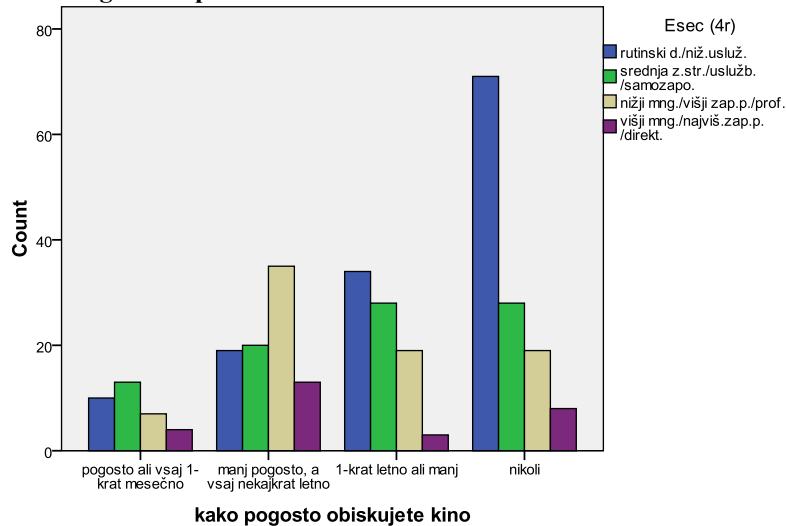


Tabela E.58: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,427 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	41,990	9	,000
Linear-by-Linear Association	22,537	1	,000
N of Valid Cases	331		

a. 1 cells (6,3%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 2,88.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,358			,000
	Cramer's V	,207			,000
	Contingency Coefficient	,337			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,261	,053	-4,911	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,280	,053	-5,294	,000 ^c
N of Valid Cases		331			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.59: Crosstab Kako pogosto obiskujete muzej * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total	
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.za p.p./direkt.		
kako pogosto obiskujete muzej	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	5	1	4	1	11
		% within Esec (4r)	3,7%	1,1%	5,1%	3,6%	3,3%
	manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	8	15	17	10	50
		% within Esec (4r)	6,0%	16,5%	21,5%	35,7%	15,1%
	1-krat letno ali manj	Count	28	32	31	11	102
		% within Esec (4r)	20,9%	35,2%	39,2%	39,3%	30,7%
	nikoli	Count	93	43	27	6	169
		% within Esec (4r)	69,4%	47,3%	34,2%	21,4%	50,9%
Total		Count	134	91	79	28	332
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.22: grafični prikaz muzej * Poklicni razred

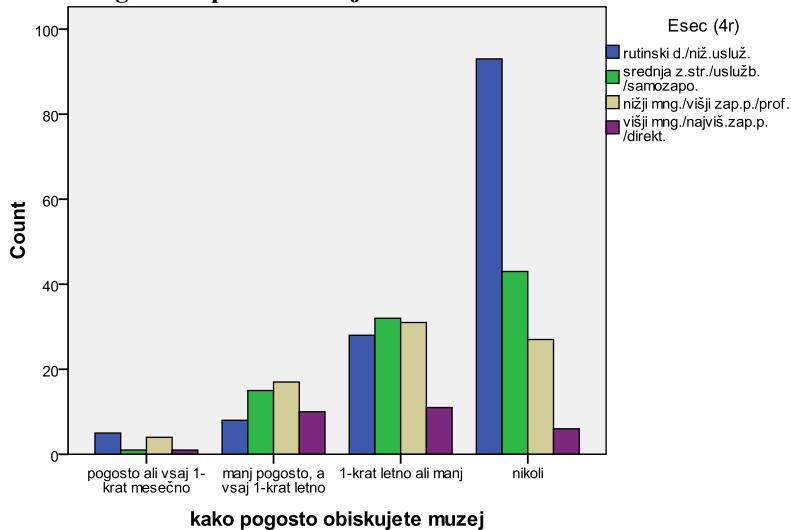


Tabela E.60: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,445 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	46,832	9	,000
Linear-by-Linear Association	31,574	1	,000
N of Valid Cases	332		

a. 5 cells (31,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,93.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,370			,000
	Cramer's V	,214			,000
	Contingency Coefficient	,347			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,309	,054	-5,899	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,337	,051	-6,492	,000 ^c
N of Valid Cases		332			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.61: Crosstab Kako pogosto zahajate zvečer v lokal na pijaco * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total		
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš. zap.p./direkt .			
zvečer v lokal na pijaco	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	45	37	35	15	132	
		% within Esec (4r)	33,6%	40,7%	44,3%	53,6%	39,8%	
	manj pogsto, a vsaj 1-krat letno	Count	19	19	14	3	55	
		% within Esec (4r)	14,2%	20,9%	17,7%	10,7%	16,6%	
	1-krat letno ali manj	Count	9	9	9	4	31	
		% within Esec (4r)	6,7%	9,9%	11,4%	14,3%	9,3%	
	nikoli	Count	61	26	21	6	114	
		% within Esec (4r)	45,5%	28,6%	26,6%	21,4%	34,3%	
Total		Count	134	91	79	28	332	
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.23: grafični prikaz lokal * Poklicni razred

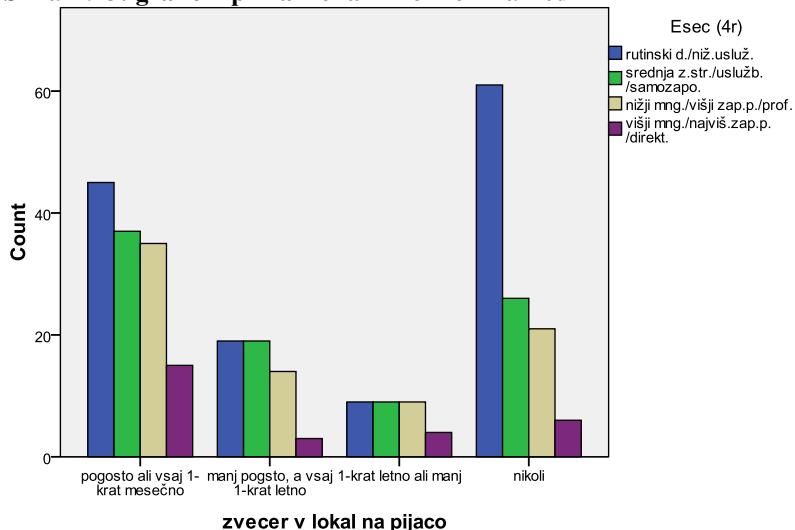


Tabela E.62: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,797 ^a	9	,071
Likelihood Ratio	15,654	9	,074
Linear-by-Linear Association	8,349	1	,004
N of Valid Cases	332		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 2,61.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,218			,071
	Cramer's V	,126			,071
	Contingency Coefficient	,213			,071
Interval by Interval	Pearson's R	-,159	,054	-2,922	,004 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,164	,054	-3,016	,003 ^c
N of Valid Cases		332			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.63: Crosstab Kako pogosto obiskujete gledališče * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total	
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.za p.p./direkt.		
kako pogosto obiskujete gledališče	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	5	11	11	5	32
		% within Esec (4r)	3,8%	12,1%	13,8%	17,9%	9,6%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	18	19	31	9	77
		% within Esec (4r)	13,5%	20,9%	38,8%	32,1%	23,2%
	1-krat letno ali manj	Count	32	39	20	12	103
		% within Esec (4r)	24,1%	42,9%	25,0%	42,9%	31,0%
nikoli		Count	78	22	18	2	120
		% within Esec (4r)	58,6%	24,2%	22,5%	7,1%	36,1%
Total		Count	133	91	80	28	332
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.24: grafični prikaz gledališče * Poklicni razred

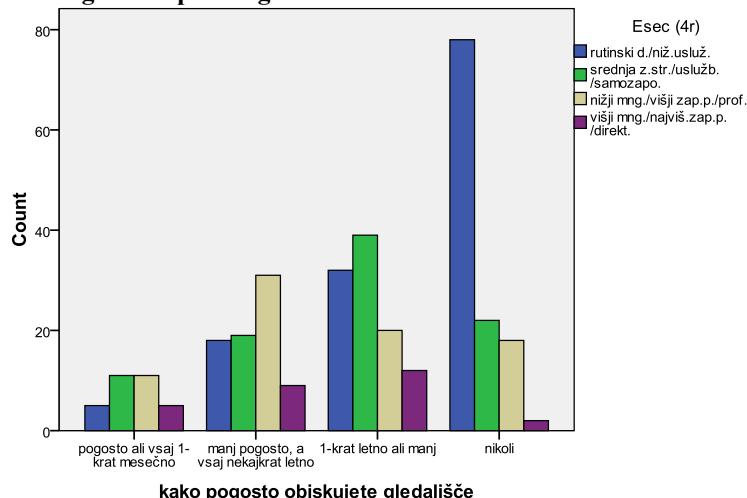


Tabela E.64: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	64,837 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	66,173	9	,000
Linear-by-Linear Association	44,421	1	,000
N of Valid Cases	332		

a. 1 cells (6,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,70.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,442			,000
	Cramer's V	,255			,000
	Contingency Coefficient	,404			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,366	,048	-7,152	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,389	,048	-7,677	,000 ^c
N of Valid Cases		332			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.65: Crosstab Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd. * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total	
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.za p.p./direkt.		
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	2	4	3	3	12
		% within Esec (4r)	1,5%	4,4%	3,8%	10,7%	3,6%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	14	22	26	5	67
		% within Esec (4r)	10,4%	24,4%	32,5%	17,9%	20,2%
1-krat letno ali manj	Count	30	33	20	10	93	
	% within Esec (4r)	22,4%	36,7%	25,0%	35,7%	28,0%	
nikoli	Count	88	31	31	10	160	
	% within Esec (4r)	65,7%	34,4%	38,8%	35,7%	48,2%	
Total		Count	134	90	80	28	332
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.25: grafični prikaz Špas teater ipd. * Poklicni razred

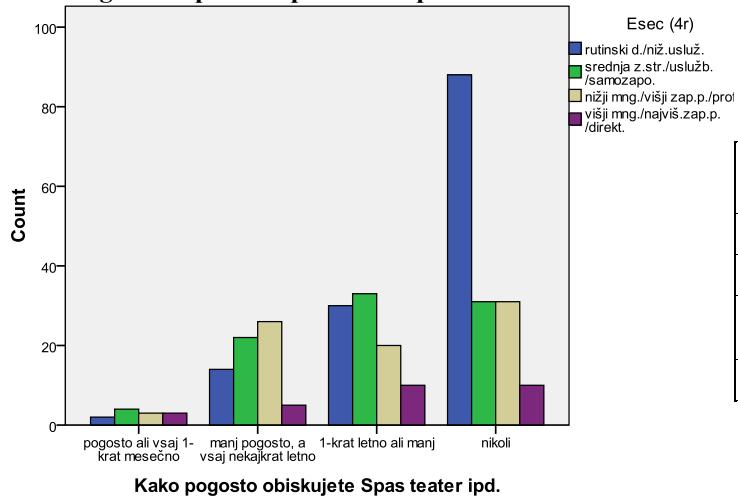


Tabela E.66: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	38,123 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	37,170	9	,000
Linear-by-Linear Association	20,996	1	,000
N of Valid Cases	332		

a. 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,01.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,339			,000
	Cramer's V	,196			,000
	Contingency Coefficient	,321			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,252	,053	-4,728	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,270	,052	-5,094	,000 ^c
N of Valid Cases		332			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.67: Crosstab Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (pop, rock) * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total		
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozapo.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.za p.p./direkt.			
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	7	3	5	2	17	
		% within Esec (4r)	5,3%	3,3%	6,3%	7,4%	5,2%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	10	17	18	8	53	
		% within Esec (4r)	7,6%	18,9%	22,8%	29,6%	16,2%	
	1-krat letno ali manj	Count	25	32	25	7	89	
		% within Esec (4r)	19,1%	35,6%	31,6%	25,9%	27,2%	
	nikoli	Count	89	38	31	10	168	
		% within Esec (4r)	67,9%	42,2%	39,2%	37,0%	51,4%	
Total		Count	131	90	79	27	327	
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.26: grafični prikaz koncert pop, rock * Poklicni razred

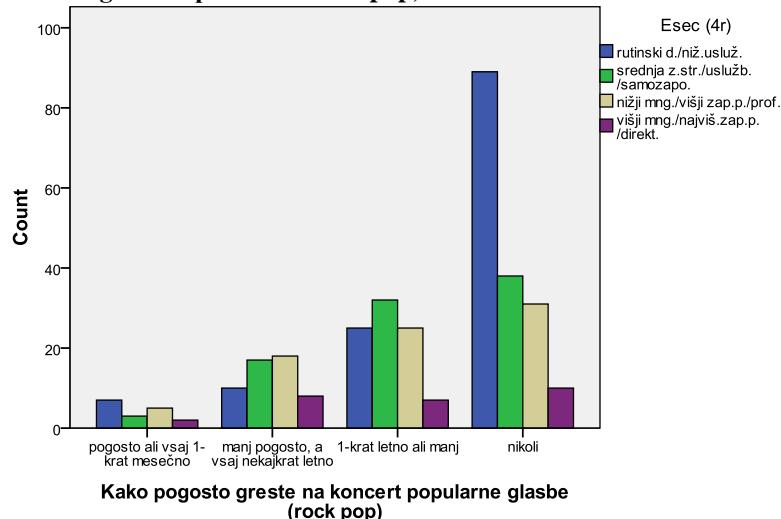


Tabela E.68: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30,382 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	30,946	9	,000
Linear-by-Linear Association	16,856	1	,000
N of Valid Cases	327		

a. 4 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,40.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,305			,000
	Cramer's V	,176			,000
	Contingency Coefficient	,292			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,227	,056	-4,210	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,256	,054	-4,783	,000 ^c
N of Valid Cases		327			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.69: Crosstab Kako pogosto obiskujte opero, balet, koncert klasične glasbe * Esec (4r)

		Esec (4r)					Total
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.za p.p./direkt.		
Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	3	6	5	3	17
		% within Esec (4r)	2,3%	6,6%	6,3%	10,7%	5,1%
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	11	14	22	10	57
		% within Esec (4r)	8,3%	15,4%	27,8%	35,7%	17,2%
1-krat letno ali manj	Count	28	24	22	7	81	
		% within Esec (4r)	21,1%	26,4%	27,8%	25,0%	24,5%
nikoli	Count	91	47	30	8	176	
		% within Esec (4r)	68,4%	51,6%	38,0%	28,6%	53,2%
Total		Count	133	91	79	28	331
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Slika E.27: grafični prikaz opera, balet * Poklicni razred

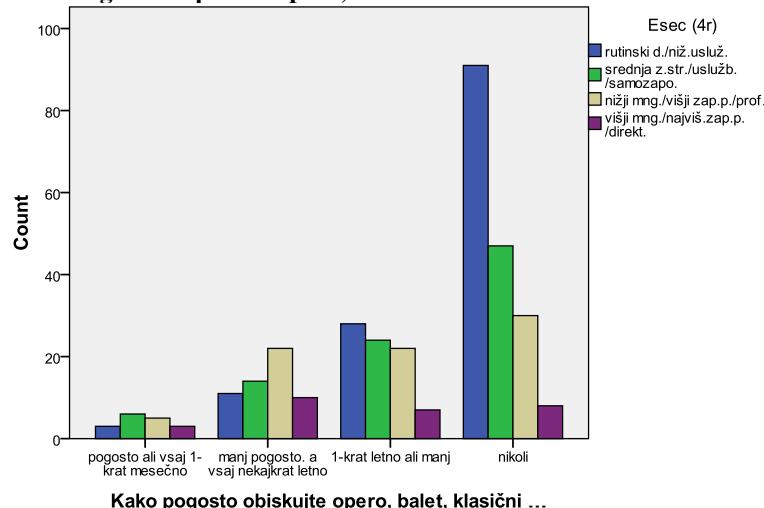


Tabela E.70: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,163 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	35,184	9	,000
Linear-by-Linear Association	31,227	1	,000
N of Valid Cases	331		

a. 4 cells (25,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,44.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,326			,000
	Cramer's V	,188			,000
	Contingency Coefficient	,310			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,308	,052	-5,864	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,311	,051	-5,943	,000 ^c
N of Valid Cases		331			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.71: Crosstab Kako pogosto obiskujete umetniško galerijo * Esec (4r)

		Esec (4r)				Total		
		rutinski d./niž.usluž.	srednja z.str./uslužb./samozap.	nižji mng./višji zap.p./prof.	višji mng./najviš.zap.p./direkt.			
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	2	2	3	1	8	
		% within Esec (4r)	1,5%	2,2%	3,8%	3,7%	2,4%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	6	8	20	9	43	
		% within Esec (4r)	4,5%	8,9%	25,3%	33,3%	13,1%	
	1-krat letno ali manj	Count	17	25	21	9	72	
		% within Esec (4r)	12,8%	27,8%	26,6%	33,3%	21,9%	
	nikoli	Count	108	55	35	8	206	
		% within Esec (4r)	81,2%	61,1%	44,3%	29,6%	62,6%	
Total		Count	133	90	79	27	329	
		% within Esec (4r)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.28: grafični prikaz umetniška galerija * Poklicni razred

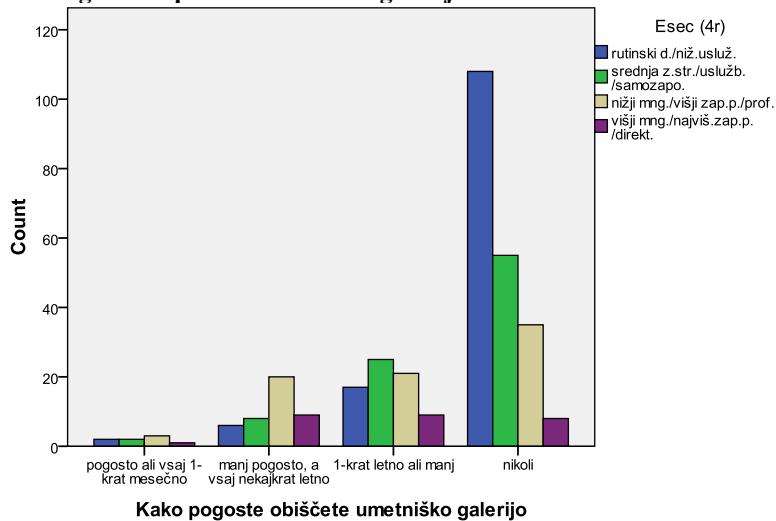


Tabela E.72: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52,650 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	52,274	9	,000
Linear-by-Linear Association	42,962	1	,000
N of Valid Cases	329		

a. 5 cells (31,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,66.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,400			,000
	Cramer's V	,231			,000
	Contingency Coefficient	,371			,000
Interval by Interval	Pearson's R	-,362	,052	-7,020	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,375	,050	-7,321	,000 ^c
N of Valid Cases		329			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.73: Crosstab Kako pogosto obiskujete kino * Zakonski stan

		Zakonski stan							Total	
		samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/a	vdovec/a			
kako pogosto obiskujete kino	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	22	13	10	17	1	0	63	
		% within Zakonski stan	34,4%	31,7%	24,4%	8,6%	4,0%	,0%	15,3%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	21	16	12	62	3	3	117	
		% within Zakonski stan	32,8%	39,0%	29,3%	31,3%	12,0%	7,1%	28,5%	
	1-krat letno ali manj	Count	9	7	9	57	9	4	95	
		% within Zakonski stan	14,1%	17,1%	22,0%	28,8%	36,0%	9,5%	23,1%	
	nikoli	Count	12	5	10	62	12	35	136	
		% within Zakonski stan	18,8%	12,2%	24,4%	31,3%	48,0%	83,3%	33,1%	
Total		Count	64	41	41	198	25	42	411	
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.29: grafični prikaz kino * zakonski stan

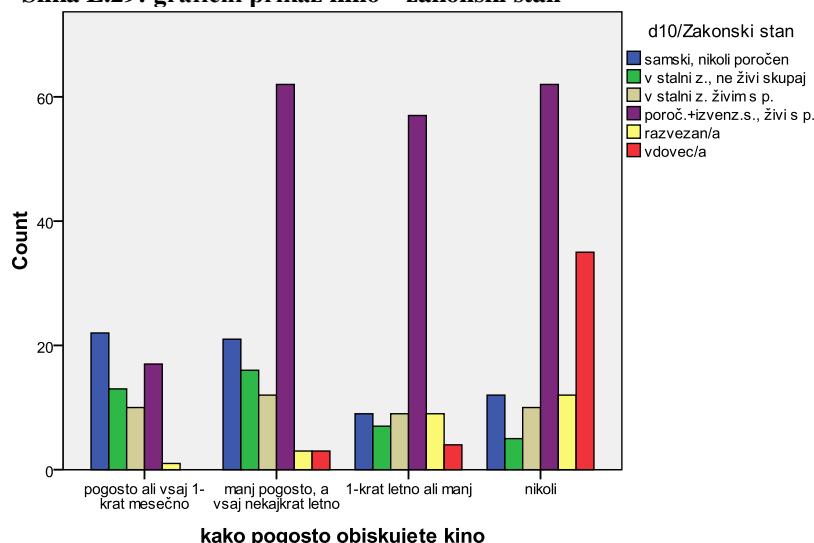


Tabela E.74: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	105,698 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	105,202	15	,000
Linear-by-Linear Association	73,208	1	,000
N of Valid Cases	411		

a. 1 cells (4,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,83.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,507			,000
	Cramer's V	,293			,000
	Contingency Coefficient	,452			,000
Interval by Interval	Pearson's R	,423	,043	9,429	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,424	,043	9,467	,000 ^c
N of Valid Cases		411			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.75: Crosstab Kako pogosto obiskujete muzej * Zakonski stan

		Zakonski stan								Total
kako pogosto obiskujete muzej	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/a	vdovec/a			
		Count	5	4	5	4	1	0	19	
		% within Zakonski stan	7,8%	10,0%	12,5%	2,0%	4,0%	,0%	4,7%	
manj pogosto, a vsaj 1-krat letno	Count	14	4	6	28	6	4	62		
	% within Zakonski stan	21,9%	10,0%	15,0%	14,2%	24,0%	9,8%	15,2%		
1-krat letno ali manj	Count	22	14	10	74	6	1	127		
	% within Zakonski stan	34,4%	35,0%	25,0%	37,6%	24,0%	2,4%	31,2%		
nikoli	Count	23	18	19	91	12	36	199		
	% within Zakonski stan	35,9%	45,0%	47,5%	46,2%	48,0%	87,8%	48,9%		
Total		Count	64	40	40	197	25	41	407	
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.30: grafični prikaz muzej * zakonski stan

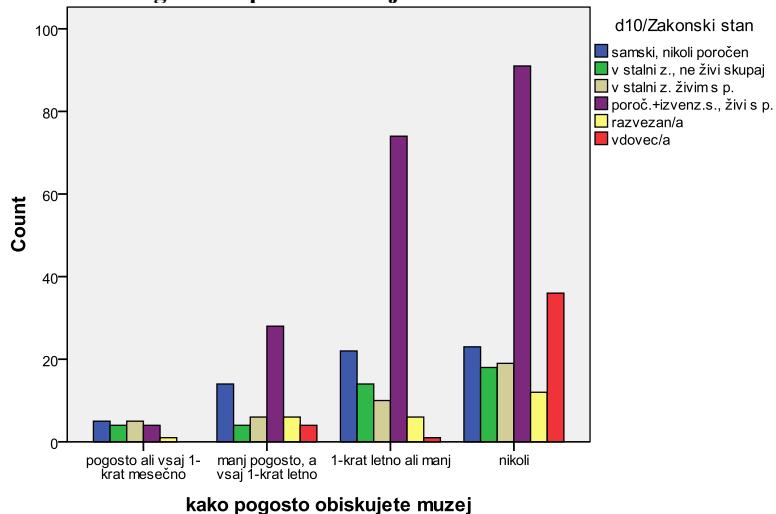


Tabela E.76: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,755 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	54,071	15	,000
Linear-by-Linear Association	16,874	1	,000
N of Valid Cases	407		

a. 6 cells (25,0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,17.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,346			,000
	Cramer's V	,200			,000
	Contingency Coefficient	,327			,000
Interval by Interval	Pearson's R	,204	,048	4,191	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,197	,049	4,052	,000 ^c
N of Valid Cases		407			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.77: Crosstab Kako pogosto zahajate zvečer v lokal na pijačo * Zakonski stan

		Zakonski stan							Total	
		samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/ a	vdovec/a			
zvečer v lokal na pijaco	pogosto ali vsaj 1- krat mesečno	Count	49	31	26	68	7	6	187	
		% within Zakonski stan	76,6%	75,6%	65,0%	34,5%	26,9%	14,3%	45,6%	
	manj pogsto, a vsaj 1-krat letno	Count	5	1	2	46	3	5	62	
		% within Zakonski stan	7,8%	2,4%	5,0%	23,4%	11,5%	11,9%	15,1%	
	1-krat letno ali manj	Count	2	2	0	25	4	2	35	
		% within Zakonski stan	3,1%	4,9%	,0%	12,7%	15,4%	4,8%	8,5%	
	nikoli	Count	8	7	12	58	12	29	126	
		% within Zakonski stan	12,5%	17,1%	30,0%	29,4%	46,2%	69,0%	30,7%	
Total		Count	64	41	40	197	26	42	410	
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.31: grafični prikaz lokal * zakonski stan

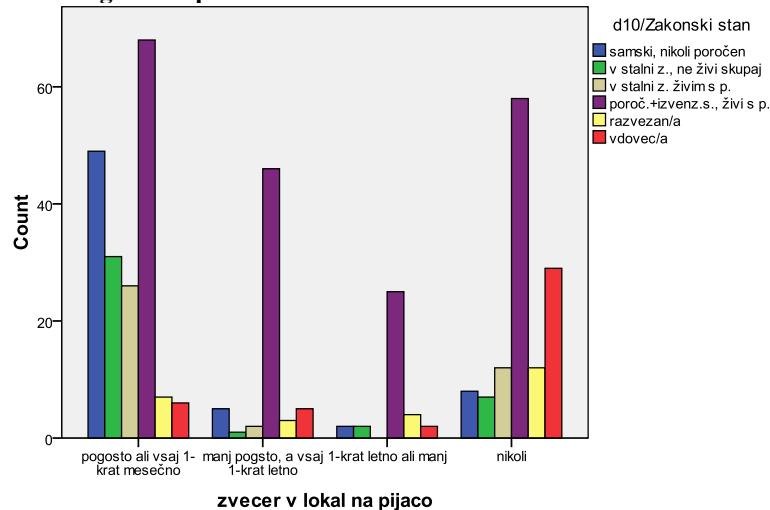


Tabela E.78: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	103,798 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	107,072	15	,000
Linear-by-Linear Association	61,647	1	,000
N of Valid Cases	410		

a. 5 cells (20,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,22.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,503			,000
	Cramer's V	,290			,000
	Contingency Coefficient	,449			,000
Interval by Interval	Pearson's R	,388	,043	8,509	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,407	,044	8,989	,000 ^c
N of Valid Cases		410			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.79: Crosstab Kako pogosto obiskujete gledališče * Zakonski stan

		Zakonski stan							Total	
		samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/ a	vdovec/a			
kako pogosto obiskujete gledališče	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	13	1	5	18	3	1	41	
		% within Zakonski stan	20,3%	2,4%	12,5%	9,1%	12,5%	2,4%	10,0%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	10	9	7	55	6	5	92	
		% within Zakonski stan	15,6%	22,0%	17,5%	27,9%	25,0%	11,9%	22,5%	
	1-krat letno ali manj	Count	22	14	14	64	7	8	129	
		% within Zakonski stan	34,4%	34,1%	35,0%	32,5%	29,2%	19,0%	31,6%	
	nikoli	Count	19	17	14	60	8	28	146	
		% within Zakonski stan	29,7%	41,5%	35,0%	30,5%	33,3%	66,7%	35,8%	
Total		Count	64	41	40	197	24	42	408	
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.32: grafični prikaz gledališče * zakonski stan

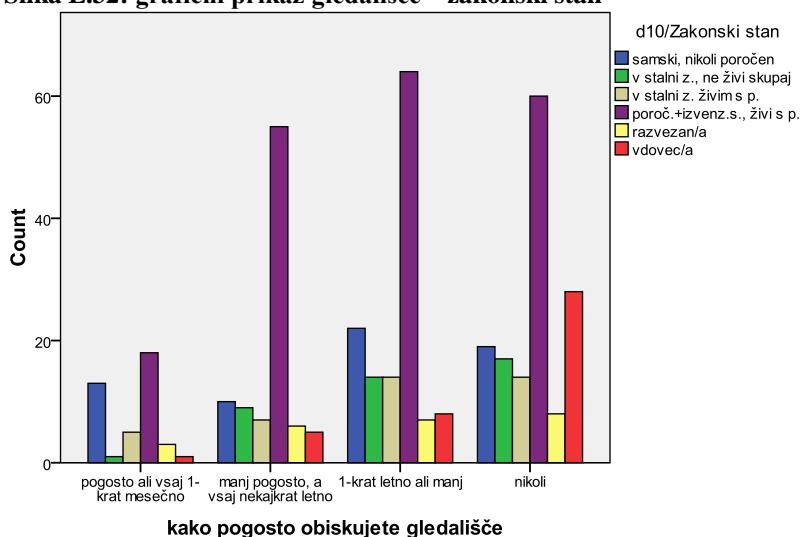


Tabela E.80: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,999 ^a	15	,002
Likelihood Ratio	34,200	15	,003
Linear-by-Linear Association	5,084	1	,024
N of Valid Cases	408		

a. 4 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,41.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,293			,002
	Cramer's V	,169			,002
	Contingency Coefficient	,281			,002
Interval by Interval	Pearson's R	,112	,050	2,266	,024 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,097	,051	1,970	,049 ^c
N of Valid Cases		408			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.81: Crosstab Kako pogosto obiskujete Špas teater ipd. * Zakonski stan

				Zakonski stan						Total	
		samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/a	vdovec/a			Total	
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	pogosto ali vsaj 1- krat mesečno	Count	2	3	2	9	0	0	16	16	
		% within Zakonski stan	3,1%	7,3%	5,0%	4,6%	,0%	,0%	3,9%		
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	16	8	5	46	4	5	84	84	
		% within Zakonski stan	25,0%	19,5%	12,5%	23,4%	16,0%	12,2%	20,6%		
	1-krat letno ali manj	Count	20	13	14	60	4	3	114	114	
		% within Zakonski stan	31,3%	31,7%	35,0%	30,5%	16,0%	7,3%	27,9%		
	nikoli	Count	26	17	19	82	17	33	194	194	
		% within Zakonski stan	40,6%	41,5%	47,5%	41,6%	68,0%	80,5%	47,5%		
Total		Count	64	41	40	197	25	41	408		
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Slika E.33: grafični prikaz Špas teater ipd. * zakonski stan

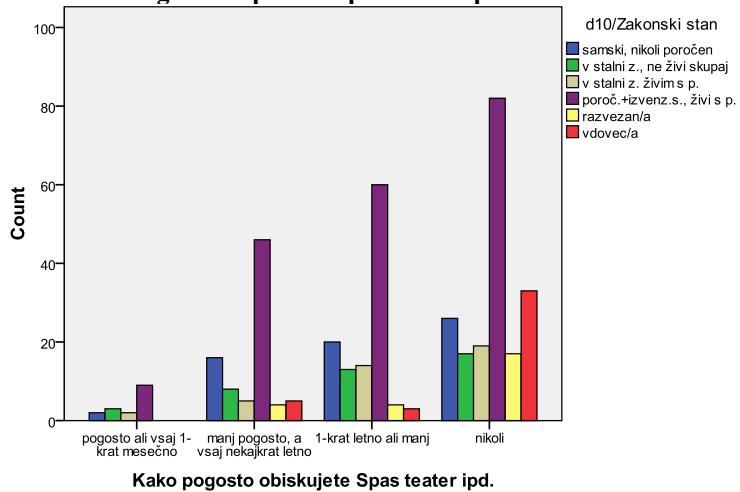


Tabela E.82: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,623 ^a	15	,007
Likelihood Ratio	35,362	15	,002
Linear-by-Linear Association	8,009	1	,005
N of Valid Cases	408		

a. 5 cells (20,8%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is ,98.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,278			,007
	Cramer's V	,161			,007
	Contingency Coefficient	,268			,007
Interval by Interval	Pearson's R	,140	,047	2,855	,005 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,151	,048	3,075	,002 ^c
N of Valid Cases		408			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.83: Crosstab Kako pogosto obiskujete koncert popularne glasbe (pop, rock) * Zakonski stan

		Zakonski stan							Total	
		samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/ a	vdovec/a			
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	pogosto ali vsaj 1- krat mesečno	Count	10	7	3	5	0	1	26	
		% within Zakonski stan	15,4%	17,1%	7,7%	2,6%	,0%	2,4%	6,4%	
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	27	10	9	35	2	1	84	
		% within Zakonski stan	41,5%	24,4%	23,1%	17,9%	8,0%	2,4%	20,6%	
	1-krat letno ali manj	Count	10	12	11	61	9	4	107	
		% within Zakonski stan	15,4%	29,3%	28,2%	31,1%	36,0%	9,8%	26,3%	
	nikoli	Count	18	12	16	95	14	35	190	
		% within Zakonski stan	27,7%	29,3%	41,0%	48,5%	56,0%	85,4%	46,7%	
Total		Count	65	41	39	196	25	41	407	
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.34: grafični prikaz koncert pop, rock * zakonski stan

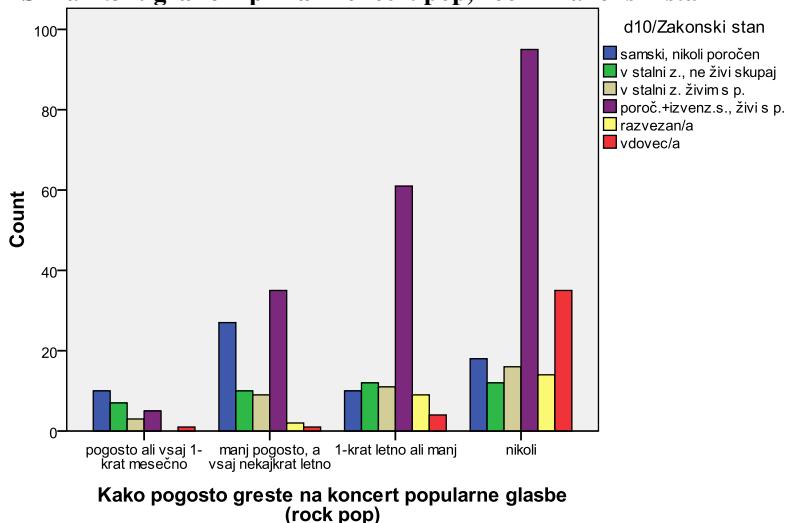


Tabela E.84: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	77,908 ^a	15	,000
Likelihood Ratio	78,336	15	,000
Linear-by-Linear Association	57,507	1	,000
N of Valid Cases	407		

a. 5 cells (20,8%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 1,60.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,438			,000
	Cramer's V	,253			,000
	Contingency Coefficient	,401			,000
Interval by Interval	Pearson's R	,376	,045	8,175	,000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,360	,045	7,754	,000 ^c
N of Valid Cases		407			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.85: Crosstab Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert* Zakonski stan

		Zakonski stan							Total	
		samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/ a	vdovec/a			
Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	4	1	2	12	2	2	23	
		% within Zakonski stan	6,2%	2,5%	5,1%	6,1%	8,0%	4,9%	5,7%	
	manj pogosto. a vsaj nekajkrat letno	Count	14	7	5	36	4	4	70	
		% within Zakonski stan	21,5%	17,5%	12,8%	18,3%	16,0%	9,8%	17,2%	
	1-krat letno ali manj	Count	19	11	7	50	9	4	100	
		% within Zakonski stan	29,2%	27,5%	17,9%	25,4%	36,0%	9,8%	24,6%	
	nikoli	Count	28	21	25	99	10	31	214	
		% within Zakonski stan	43,1%	52,5%	64,1%	50,3%	40,0%	75,6%	52,6%	
Total		Count	65	40	39	197	25	41	407	
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Slika E.35: grafični prikaz opera, balet * zakonski stan

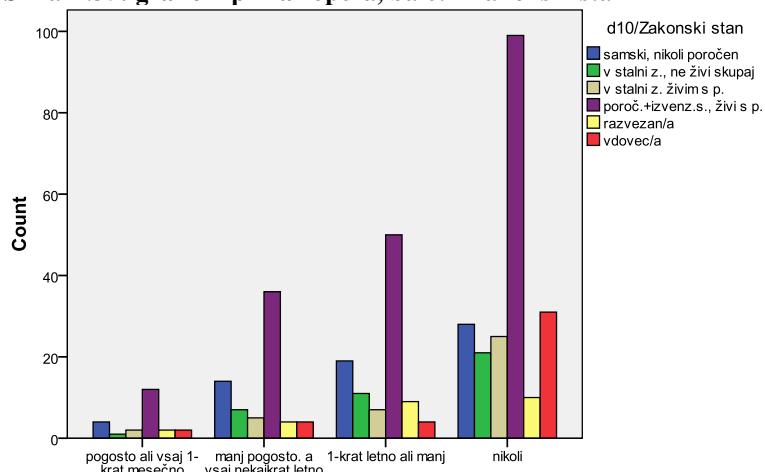


Tabela E.86: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	17,375 ^a	15	,297
Likelihood Ratio	18,311	15	,247
Linear-by-Linear Association	2,108	1	,147
N of Valid Cases	407		

a. 6 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,41.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,207			,297
	Cramer's V	,119			,297
	Contingency Coefficient	,202			,297
Interval by Interval	Pearson's R	,072	,049	1,454	,147 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,069	,049	1,392	,165 ^c
N of Valid Cases		407			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.87: Crosstab Kako pogosto obiskujete umetniško galerijo* Zakonski stan

				Zakonski stan						Total	
				samski, nikoli poročen	v stalni z., ne živi skupaj	v stalni z. živim s p.	poroč.+izven z.s., živi s p.	razvezan/a	vdovec/a		
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	pogosto ali vsaj 1-krat mesečno	Count	3	2	1	4	1	1	12		
		% within Zakonski stan	4,6%	4,9%	2,6%	2,1%	4,2%	2,4%	3,0%		
	manj pogosto, a vsaj nekajkrat letno	Count	8	7	3	26	4	3	51		
		% within Zakonski stan	12,3%	17,1%	7,7%	13,3%	16,7%	7,3%	12,6%		
	1-krat letno ali manj	Count	16	10	11	47	6	1	91		
		% within Zakonski stan	24,6%	24,4%	28,2%	24,1%	25,0%	2,4%	22,5%		
	nikoli	Count	38	22	24	118	13	36	251		
		% within Zakonski stan	58,5%	53,7%	61,5%	60,5%	54,2%	87,8%	62,0%		
Total		Count	65	41	39	195	24	41	405		
		% within Zakonski stan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Slika E.36: grafični prikaz umetniška galerija * zakonski stan

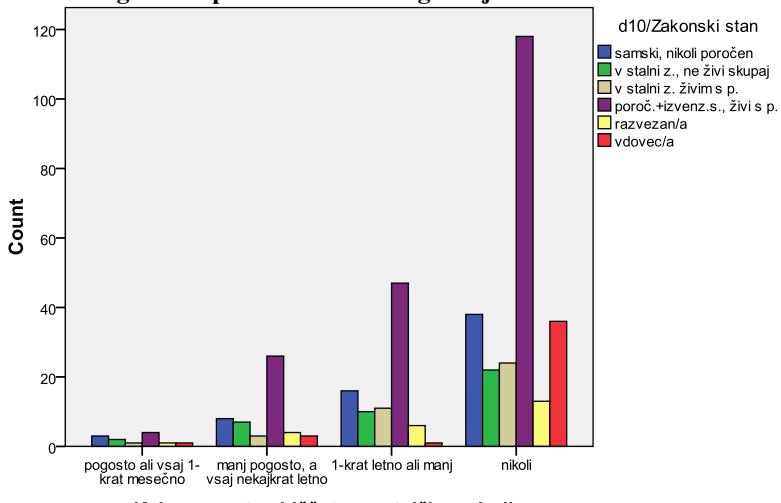


Tabela E.88: Hi-kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,237 ^a	15	,250
Likelihood Ratio	22,439	15	,097
Linear-by-Linear Association	3,805	1	,051
N of Valid Cases	405		

a. 7 cells (29,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,71.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,212			,250
	Cramer's V	,123			,250
	Contingency Coefficient	,208			,250
Interval by Interval	Pearson's R	,097	,050	1,957	,051 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,100	,049	2,014	,045 ^c
N of Valid Cases		405			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Tabela E.89: Primerjava povprečij: ženske iz Ljubljane in Maribora * kulturna potrošnja

	Vzorec	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kako pogosto obiskujete kino	Ljubljana	210	2,7042	1,07695	,07434
	Maribor	204	2,7490	1,10763	,07759
Kako pogosto obiskujete muzej	Ljubljana	210	3,0959	,92495	,06384
	Maribor	204	3,3780	,79501	,05569
Zvečer v lokal na pijačo	Ljubljana	210	2,2744	1,32792	,09166
	Maribor	204	2,1883	1,29227	,09052
Kako pogosto obiskujete gledališče	Ljubljana	210	2,8680	1,03596	,07151
	Maribor	204	2,9820	,93276	,06534
Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	Ljubljana	210	3,1066	,94628	,06532
	Maribor	204	3,2762	,82738	,05795
Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Ljubljana	210	2,9886	1,02187	,07053
	Maribor	203	3,2676	,86770	,06097
Kako pogosto obiskujete opero, balet, klasični koncert	Ljubljana	210	3,2433	,95491	,06591
	Maribor	204	3,2450	,88899	,06227
Kako pogoste obiščete umetniško galerijo	Ljubljana	210	3,2802	,89162	,06154
	Maribor	203	3,5738	,71691	,05038

Tabela E.90: Primerjava povprečij število otrok v gospodinjstvu do 17 let * kulturna potrošnja

otroci		Kako pogosto obiskujete kino	Kako pogosto obiskujete muzej	Zvečer v lokal na pijaco	Kako pogosto obiskujete gledališče	Kako pogosto obiskujete Spas teater ipd.	Kako pogosto greste na koncert popularne glasbe (rock pop)	Kako pogosto obiskujte opero, balet, klasični koncert	Kako pogoste obiščete umetniško galerijo
0 otrok	Mean	3,8757	3,8757	3,2376	3,4862	3,6810	3,5566	4,0000	4,0000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4
	Std. Deviation	,37551	,37551	1,30590	,91003	,53051	,80109	,00000	,00000
1 otrok	Mean	2,3980	3,2904	1,8910	2,8664	3,1085	2,8536	3,2905	3,3919
	N	76	76	76	76	76	75	76	75
	Std. Deviation	,91555	,90639	1,14063	,98987	,94033	,92194	,81599	,78223
2 otroka	Mean	2,3865	3,1226	1,8782	2,8450	3,2335	3,0708	3,3482	3,3600
	N	42	42	42	42	42	42	42	42
	Std. Deviation	,97506	,92579	1,14549	,98209	,80570	,89947	,77286	,90253
3 ali več otrok	Mean	2,4753	3,0000	2,0092	2,6055	2,2527	2,8282	2,8282	3,2227
	N	6	6	6	6	6	6	6	6
	Std. Deviation	1,49236	1,01215	1,39182	,88052	1,03891	,81166	,81166	,83423
Total	Mean	2,4479	3,2420	1,9379	2,8686	3,1303	2,9487	3,3126	3,3944
	N	129	129	129	129	129	128	129	128
	Std. Deviation	,98061	,90885	1,17022	,97806	,91005	,90964	,79862	,81545