



УДК 316.74:008

DOI: 10.19181/snsp.2026.14.3.9

EDN: DIACNQ

Научная статья

ФАКТОРЫ НЕРАВЕНСТВА В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ КУЛЬТУРЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ СООБЩЕСТВЕ

Ксения Евгеньевна Косыгина¹

Александра Николаевна Гордиевская²

^{1,2} Вологодский научный центр РАН,

Вологда, Россия

¹ sene4ka.87@mail.ru,

ORCID 0000-0001-5875-8912

² alessu85@mail.ru,

ORCID 0000-0001-7777-3456

Для цитирования: Косыгина К. Е., Гордиевская А. Н. Факторы неравенства в использовании цифровых ресурсов культуры в региональном сообществе // Социологическая наука и социальная практика. 2026. Т. 14, № 3. С. 178–201. DOI 10.19181/snsp.2026.14.3.9. EDN DIACNQ.

Аннотация. Цифровая трансформация сферы культуры поддерживается государством и рассматривается как один из инструментов обеспечения равного доступа к культурным благам. Однако процесс цифровизации не всегда приводит к запланированным результатам: отдельные социальные группы остаются исключёнными. В статье представлены результаты эмпирического исследования, направленного на выявление социально-демографических и ресурсных факторов, определяющих использование населением цифровых ресурсов культуры. Эмпирической базой выступают данные социологического опроса населения Вологодской области ($n = 1\,500$), проведённого в 2025 году. Анализ опирается на концепции цифрового неравенства и теорию культурного капитала П. Бурдьё. Применялись кросс-табуляционный анализ с расчётом коэффициента V Крамера для оценки силы и значимости связей между переменными, а также бинарная логистическая регрессия для выявления совместного влияния факторов. Определён портрет потребителя цифровых ресурсов культуры, которым является житель крупного города, имеющий высшее образование, среднего возраста, женщина, имеющая несовершеннолетних детей в семье. Выявлено, что цифровые ресурсы культуры в регионе не выполняют функцию автоматического выравнивания доступа населения к культурным благам. Определены социальные статусы (образовательный, территориальный, доходный) и факторы (возраст, пол), влияющие на использование цифровых ресурсов культуры. Наиболее значимыми из них являются возраст и образование. Территориальный статус сохраняет самостоятельное значение даже после учёта уровня образования, возраста и покупательной способности дохода: жители районов имеют значительно меньше шансов на использование цифровых ресурсов культуры по сравнению с жителями крупных городов. Доминирующим ограничивающим фактором выступает мотивационный барьер:

© Косыгина К. Е., 2026

© Гордиевская А. Н., 2026

отсутствие интереса у населения к цифровым ресурсам, сопротивление онлайн-форматам в сфере культуры. На примере государственной программы «Пушкинская карта» показано, что даже целевые меры поддержки могут действовать по логике кумулятивного преимущества, охватывая прежде всего ресурсообеспеченные группы, которые являются потребителями товаров и услуг сферы культуры.

Ключевые слова: культура, интернет, цифровое неравенство, культурный капитал, доступ к культуре, региональное сообщество, факторы неравенства, «Пушкинская карта»

Введение

Цифровая трансформация меняет современное общество, проникнув во все области социальной жизни, включая культуру. В России процесс цифровизации сферы получил новый импульс развития в рамках национального проекта «Культура» (2019–2024 гг.), который включал федеральный проект «Цифровая культура», направленный на увеличение доступа населения к цифровым ресурсам культуры – независимо от места проживания граждан. Статистические данные подтверждают позитивную динамику: в целом по России число обращений к цифровым ресурсам культуры среди населения выросло с 3,6 млн в 2019 году до 28,6 млн в 2023 году. Доля музеев, имеющих веб-сайты, увеличилась с 84% в 2018 году до 90% в 2023 году. Доля театров, представленных в сети интернет, достигла 98%. При этом региональные различия с общероссийскими незначительны. Например, в Вологодской области собственные сайты имеют 89% музеев и 90% театров¹.

В научной литературе выделяются основные этапы и направления цифровой трансформации сферы культуры [1]. Процесс начался в 1990-е гг. с внедрения компьютеров и продолжается по настоящее время уже в совершенно ином качестве – как переход от локальной автоматизации отдельных процессов к созданию полноценной цифровой экосистемы, интеграции мультимедийных и иммерсивных технологий и персонализированного взаимодействия с пользователем [2]. В. Ю. Музычук предлагает различать пять ключевых направлений цифровизации: изучение культурных ценностей, создание культурных благ, распространение и потребление культурных ценностей и культурных благ, организационно-экономические аспекты деятельности организаций культуры, а также функционирование информационных систем для государственного учёта объектов культуры и культурных ценностей [3]. В современной российской практике данные направления реализуются посредством комплекса инструментов, ключевыми из которых выступают цифровизация контента, онлайн-мероприятия, развитие специализированных цифровых платформ и внедрение цифровых маркетинговых решений.

Кроме того, согласимся с мнением В. Ю. Музычук, которая отмечает, что необходимо различать «цифровизацию сферы культуры» как процесс внедрения

¹ Показатели социально-экономического развития Российской Федерации, скорректированных национальных проектов (программ) // ЕМИСС : сайт. URL: <https://www.fedstat.ru/organizations> (дата обращения: 15.02.2026).

цифровых технологий и «цифровую культуру» как культурно-цивилизационный феномен, связанный с новыми возможностями во всех сферах жизни общества, в том числе в части культурного выражения и потребления [3]. За рамками технологического дискурса остаётся предмет социологического анализа: дифференциация доступа к новым цифровым благам и механизмы культурного исключения различных социальных групп. Более того, внедрение цифровых инструментов может не смягчать, а, напротив, воспроизводить и даже усиливать существующие социальные неравенства, транслируя их в новую цифровую среду [4].

Так, в условиях повышенного государственного внимания к цифровизации сферы культуры мы сталкиваемся с ключевой проблемой исследования: противоречием между провозглашённым в официальных документах инклюзивным потенциалом передовых цифровых технологий для сферы культуры и существующими социальными неравенствами. Сегодня доступ к цифровым культурным благам, формы, характер их использования и, что немаловажно, способность трансформировать цифровое культурное потребление в реальный культурный капитал остаются социально дифференцированными. Ввиду этого цифровые ресурсы культуры рискуют стать не инструментом преодоления, а новым полем воспроизводства социального неравенства, если политика будет проводиться без учёта интересов различных социальных групп.

Особую значимость приобретает анализ этих процессов на региональном уровне. Отсутствие прямых исследований цифрового неравенства в сфере культуры в регионах констатируется авторами как исследовательский пробел [5]. Имеющиеся работы, посвящённые культурной сфере, фиксируют региональную дифференциацию цифровой активности учреждений культуры и связывают её с неравномерностью цифровой зрелости регионов, различиями в компетенциях работников и с неготовностью к деятельности в новых условиях [6; 7]. Игнорирование региональной специфики с точки зрения социологической диагностики ведёт к формированию иллюзии всеобщей цифровой инклюзии, тогда как на периферии могут сохраняться или даже углубляться разрывы в доступе к цифровой культуре и в характере её потребления.

В связи с этим цель данного исследования – выявить и проанализировать социально-демографические и ресурсные факторы, определяющие социальное неравенство в использовании цифровых ресурсов культуры населением региона (на примере Вологодской области).

Теоретическая рамка исследования

В социологической науке широко применяется подход П. Бурдьё, объясняющий связь между культурным потреблением и социальным положением. В работе «Различение: социальная критика суждения о вкусе» он показал, как культурные предпочтения становятся маркерами социального класса и инструментами социальной дифференциации [8]. Согласно концепции П. Бурдьё, различия в культурных практиках и вкусах воспроизводят классовую структуру общества, но делают это

не напрямую, а через символическую ценность самих объектов или явлений культуры. Следствием этого является деление культуры потребления на легитимную (высокую, элитарную), среднюю (популяризированные формы высокой культуры, обывательскую) и массовую (народную, «низкую»). Каждый из этих типов включает не только систему вкусовых предпочтений, но и компетенций, а также практик [8]. Высший класс приобщается к высокой культуре, участвуя в элитных практиках: его представители посещают оперу, балет, театры, музеи и концерты классической музыки. Такой стиль жизни требует значительных денежных и временных затрат, высокой культурной компетенции, образования и особого социального воспитания. Массовый продукт, напротив, доступен по цене и не требует специальных знаний, его потребление характерно для низшего класса. Средний класс стремится подражать легитимному репертуару, но выбирает его популяризированные формы [9].

Одним из понятий, введённых П. Бурдьё, является габитус, который предполагает систему устойчивых диспозиций (предрасположенностей), усвоенных индивидом в процессе первичной и вторичной социализации в конкретных социальных условиях, соответствующих его классовой позиции. Габитус направляет восприятие, оценивание и действие, но действует на досознательном уровне: социальный агент склонен придерживаться определённых практик в определённых условиях, но он не рефлексировывает причину этого выбора.

Кроме того, П. Бурдьё вводит понятие «культурный капитал», который подразумевает под собой знания, навыки, ценности, манеры поведения и эстетические предпочтения, которые опосредуются социальным происхождением, образованием, стилем жизни. Культурный капитал существует в трёх формах: инкорпорированной, т. е. воплощённый во внутренних качествах индивида, или «длительные диспозиции ума и тела» (знания, умения, навыки, личные вкусы); объективированной, т. е. составляющий материальные объекты культуры (картины, книги, музыкальные инструменты и пр.); институционализированной (профессиональные квалификации, наличие дипломов) [10]. Далее в исследовании внимание будет уделено инкорпорированной форме, когда будем обращаться к целям использования цифровых ресурсов культуры в регионе.

Также необходимо остановиться на разграничении понятий культурного потребления и культурных практик, которые не являются синонимами. Культурные практики формируют и воспроизводят культурный капитал через активное участие и высокую вовлечённость, когда человек выступает как субъект действия. Например, участие в театральной студии, посещение мастер-класса в музее, обсуждение фильма после просмотра. В то время как культурное потребление – это пассивное восприятие готовых культурных продуктов и услуг (просмотр фильма, осмотр экспозиции в музее). Культурное потребление служит индикатором вкусов и предпочтений, которые также коррелируют с социальным статусом. Например, выбор между посещением оперы и концерта поп-музыки может отражать различия в культурном капитале.

Исследования последующих десятилетий показали, что концепция культурного капитала и его связи с социальным положением требует корректировки

при переносе в национальные контексты, и особенно в цифровую среду [11]. Появляется понятие цифрового габитуса, которое используется для объяснения влияния цифровых технологий на формирование устойчивых диспозиций пользователей, воспроизводя неравенства даже при формальном доступе к ресурсам [12; 13]. Также в формировании представлений о влиянии цифровизации на жизнь человека заслуживает внимания концепция цифрового капитала, которая описывает совокупность ресурсов, навыков и возможностей, связанных с использованием информационно-коммуникационных технологий для достижения социальных, профессиональных и личных целей [14]. Цифровой капитал рассматривается как гибридная форма капитала, которая включает в себя как технические навыки, так и способность конвертировать эти навыки и онлайн-активность в социальные, культурные или экономические блага в офлайн-мире [15]. Как отмечают Е. Л. Вартанова, А. А. Гладкова, Д. Дунас, цифровой капитал – это «совокупный ресурс, которым обладает человек, и владение, которым наделяет социальных агентов полномочиями в определённых областях» [14, с. 9]. При этом одной из ключевых проблем является цифровое неравенство, выражающееся в дифференцированном распределении и использовании цифрового капитала, которое может приводить к социальным и экономическим диспаритетам.

В связи с этим при анализе проблемы цифровизации потребления услуг культуры нельзя обойти стороной концепции цифрового неравенства, эволюционировавшие от понимания «первого разрыва» (физический доступ к технологиям) ко «второму» (дифференцирует пользователей в зависимости от того, что они умеют и как могут применять цифровые навыки) и «третьему» (неравномерное распределение возможностей для получения ощутимых результатов в реальной жизни за счёт использования современных технологий) [16; 17]. Применительно к сфере культуры эта логика позволяет предположить, что даже при наличии доступа к интернету и цифровым платформам социальные группы различаются по своим практикам использования цифровых ресурсов, целям обращения к ним и по способности превращать цифровое культурное потребление в культурный капитал. Однако важно подчеркнуть, что конвертация цифровой вовлечённости в культурный капитал не происходит автоматически. Культурный капитал (особенно его инкорпорированная форма) накапливается через целенаправленное приобретение знаний и навыков, а не только через простое потребление цифрового контента.

В исследовании П. де ла Веги и его коллег сравниваются профили потребителей исполнительских искусств (театр, опера, балет) в офлайн- и онлайн-форматах на основе данных по Испании [18]. Делается вывод, что возраст, уровень дохода, образование и профессиональный статус являются значимыми факторами посещаемости театров и оперных залов. Однако при переходе к онлайн-потреблению выявлены изменения: эти же переменные менее релевантны для характеристики онлайн-потребителей. Скорее онлайн-формат ослабляет барьеры доступа, связанные с географией, стоимостью билетов и физической мобильностью, но не отменяет влияния культурного капитала. Авторы отмечают, что

онлайн расширяет аудиторию количественно, но не качественно – к ней присоединяются те же социальные группы, которые и так были склонны к потреблению высокой культуры, а не новые слои населения. Исследователи выделяют четыре типа потребителей: «всеядные» (потребляют оффлайн, и онлайн), «традиционалисты» (только оффлайн), «технари» (только онлайн) и «неучаствующие» [18]. В. Атеса-Аместой и Х. Прието-Родригес анализировали факторы, определяющие спрос на участие в культурной жизни как через физические посещения культурных учреждений и мероприятий, так и через цифровой доступ [19]. Отдельное внимание они уделяют цифровому разрыву и показывают, что доступ к культуре в онлайн-форме неравномерен и связан с социальным положением, варьируется в зависимости от социально-экономических характеристик групп, в частности – от уровня образования и национальности.

Таким образом, теоретическая рамка настоящего исследования определяется двумя взаимосвязанными концепциями. С одной стороны, мы опираемся на классический подход к анализу культурного капитала и неравенства П. Бурдьё. Однако данный подход нуждается в дополнении с учётом стремительно развивающейся цифровой среды. С другой стороны, в фокусе исследования концепция трёх уровней цифрового неравенства. При этом первый уровень (физический доступ) в региональных условиях сохраняет актуальность лишь для части сельских территорий, тогда как ключевое значение приобретают второй и третий уровень цифрового неравенства в потреблении ресурсов культуры в цифровом пространстве.

Данные и методы

Эмпирической базой исследования являются данные социологического опроса населения Вологодской области, проведённого в 2025 году. Объём выборочной совокупности составил 1 500 респондентов в возрасте 18 лет и старше. Репрезентативность полученной информации обеспечивается использованием модели многоступенчатой районированной выборки с квотным отбором единиц наблюдения.

На первой ступени для обеспечения однородности выборочной совокупности было произведено выделение типичных экономических районов в составе Вологодской области. В структуру районирования вошли 2 города (Вологда и Череповец), а также 8 муниципальных округов с различным уровнем социально-экономического развития¹ (Шекснинский, Грязовецкий, Великоустюгский, Тарногский, Кирилловский, Бабаевский, Никольский и Вожегодский). Кроме того, при выборе округов учитывались и другие факторы: их удалённость от областного центра (Вологодский и Череповецкий районы не рассматривались как потенциальные объекты для проведения опроса в силу их близости к областному

¹ Методика оценки уровня социально-экономического развития территорий включает 12 показателей, описанных в сборниках службы государственной статистики по Вологодской области, сгруппированных в 2 блока – показатели развития социальной сферы и показатели развития и эффективности экономики.

центру и крупному промышленному городу соответственно), географическое положение (равнопредставленность районов в разрезе север-юг, запад-восток).

На следующем этапе осуществлялось количественное распределение выборочной совокупности с соблюдением квот для городской и сельской местности в каждом из округов (кроме Тарногского, т. к. административный центр района – Тарногский Городок – является селом). Для городов Вологда и Череповец дополнительно осуществлялось районирование по городским (избирательным) округам.

Далее объём выборочной совокупности квотировался по половозрастному критерию состава населения. На последнем этапе для уменьшения систематических смещений в выборку вносились элементы случайного отбора – отбор респондентов осуществлялся случайным методом. Опрос проводился по месту жительства респондентов методом анкетирования. Ошибка выборки не превышает 3%. Техническая обработка информации произведена в программах SPSS и Excel.

В эмпирической части исследования используется понятие «цифровые ресурсы культуры» – любые онлайн-сервисы, платформы, сайты, приложения, страницы в социальных сетях учреждений культуры, а также виртуальные туры, онлайн-трансляции, образовательные курсы, оцифрованные коллекции, предоставляющие доступ к культурному контенту. Использование цифровых ресурсов культуры операционализировано посредством выделения целевых установок обращения к ним на основе вопроса: «Пользовались ли Вы цифровыми ресурсами в сфере культуры за последние 12 месяцев, если да, то с какой целью?». Цели использования цифровых ресурсов культуры измерялись множественным выбором. Респондент классифицировался как «пользователь» при условии выбора хотя бы одной из предложенных целей либо варианта «другое». В случае выбора варианта ответа «не пользуюсь» респондент относился к категории «непользователь».

На этапе анализа применялся комплекс статистических методов. Первичная обработка включала дескриптивный анализ и построение таблиц сопряжённости (кросс-табуляции). Для оценки силы связи между категориальными переменными использовался коэффициент V Крамера. Статистическая значимость оценивалась на уровне $p < 0,05$. Для выявления совместного влияния факторов была построена модель бинарной логистической регрессии, где зависимой переменной являлся факт использования цифровых ресурсов культуры (1 – пользователь, 0 – непользователь). В качестве независимых переменных в модель включены: тип поселения, возраст, уровень образования, гендер, субъективная оценка покупательной способности доходов.

Результаты исследования

Прежде чем приступить к анализу использования цифровых ресурсов культуры, необходимо определить, кто именно пользуется интернетом в целом. В среднем по области сетью пользуются 83% населения. Однако наблюдаются различия между крупными городами региона (Вологда и Череповец) и районами области: в городах пользуются 88% населения, в районах меньше – 77%.

Также следует отметить дифференциацию по возрасту. Среди молодёжи интернетом пользуются все, среди респондентов 30–55 лет этот показатель составляет 95%, а среди лиц старше 55 лет он снижается до 62%. Образовательная дифференциация также прослеживается: среди людей с высшим образованием интернетом пользуются 94% опрошенных, а среди тех, кто имеет среднее образование, – 73%. Что касается влияния материального положения, то среди наименее обеспеченных слоёв населения пользуются интернетом 76% респондентов, среди наиболее обеспеченных – 95%.

Цифровыми ресурсами культуры в целом по области не пользуются 67% респондентов, тогда как пользуются ими 33%. Социально-демографический профиль пользователя цифровых ресурсов культуры представлен жителями крупных городов, с высшим образованием, в возрасте 30–55 лет (реже – до 30 лет), женщинами, с несовершеннолетними детьми в семье, покупательная способность доходов может варьироваться. В группе с высокой покупательной способностью доля непользователей превышает долю пользователей. Напротив, среди респондентов с низкой покупательной способностью пользователей больше, чем непользователей. Непользователь, напротив, чаще проживает в районе, имеет более низкий образовательный уровень, старше 55 лет, чаще мужчина и не имеет детей.

Установлено, что наиболее сильными факторами использования цифровых ресурсов культуры выступают: возраст (V Крамера = 0,259), наличие несовершеннолетних детей в семье (V Крамера = 0,237) и уровень образования (V Крамера = 0,198; $p < 0,001$) (см. табл. 1).

Таблица 1
Социально-демографические профили пользователей и непользователей цифровых ресурсов культуры, 2025 г., в % по столбцу

Социально-демографические характеристики		Пользуются цифровыми ресурсами культуры n = 500 (33,3%)	Не пользуются цифровыми ресурсами культуры n = 1 000 (66,7%)
Место проживания	Крупные города (Вологда и Череповец)	66,0	48,6
	Районы	34,0	51,4
	V Крамера	0,165 ($p < 0,001$)	
Уровень образования	Высшее и послевузовское	41,2	22,4
	Среднее профессиональное	33,5	41,2
	Среднее общее и основное	25,3	36,4
	V Крамера	0,198 ($p < 0,001$)	
Возраст	До 30 лет	20,6	10,7
	30–55 лет	57,8	41,5
	Старше 55 лет	21,6	47,8
	V Крамера	0,259 ($p < 0,001$)	

Окончание табл. 1

Социально-демографические характеристики		Пользуются цифровыми ресурсами культуры n = 500 (33,3%)	Не пользуются цифровыми ресурсами культуры n = 1 000 (66,7%)
Пол	Мужчины	36,6	48,3
	Женщины	63,4	51,7
	<i>V Крамера</i>	<i>0,111 (p < 0,001)</i>	
Покупательная способность дохода	Высокая	23,2	33,1
	Средняя	56,0	53,1
	Низкая	20,8	13,8
	<i>V Крамера</i>	<i>0,119 (p < 0,001)</i>	
Наличие несовершеннолетних детей в составе семьи	Нет	44,0	68,6
	Есть	56,0	31,4
	<i>V Крамера</i>	<i>0,237 (p < 0,001)</i>	

Примечание: формулировка вопроса: «Пользовались ли Вы цифровыми ресурсами в сфере культуры за последние 12 месяцев?»

Для выявления независимого вклада социально-демографических факторов в вероятность использования цифровых ресурсов культуры была построена модель бинарной логистической регрессии (см. табл. 2), где в качестве зависимой переменной выступал факт использования или неиспользования цифровых сервисов культуры, а в качестве независимых были взяты рассмотренные в таблице 1 социально-демографические показатели.

Таблица 2

Результаты бинарной логистической регрессии
(зависимая переменная: использование цифровых ресурсов культуры)

Предикторы	Exp(B)	95% ДИ для Exp(B)	Значимость
<i>Место проживания</i>			
Вологда и Череповец	1		
Районы	0,594	0,464–0,760	< 0,001
<i>Возрастная группа</i>			
До 30 лет (реф.)	1		
30–55 лет	0,662	0,474–0,924	0,015
Старше 55 лет	0,211	0,146–0,305	< 0,001
<i>Пол</i>			
Мужчины	1		
Женщины	1,940	1,514–2,487	< 0,001
<i>Уровень образования</i>			
Среднее общее и ниже (реф.)	1		
Среднее профессиональное	1,015	0,755–1,364	0,922
Высшее	1,968	1,445–2,679	< 0,001
<i>Покупательная способность доходов</i>			

Окончание табл. 2

Предикторы	Exp(B)	95% ДИ для Exp(B)	Значимость
Высокая (реф.)	1		
Средняя	0,823	0,598–1,133	0,232
Низкая	0,529	0,368–0,761	0,001
Константа	0,913		0,684

Примечание: $n = 1\,500$; R^2 Нэйджелкерка = 0,188; модель верно предсказывает 71,6% общего числа анализируемых случаев. Жирным шрифтом выделены значимые эффекты ($p < 0,05$).

Градация R^2 Нэйджелкерка: 0,2 и меньше – слабая связь между факторами и результатом, 0,2–0,4 – умеренная связь, 0,4 и выше – сильная связь.

Перед построением модели была проведена проверка мультиколлинеарности. Обнаружена относительно сильная взаимосвязь между возрастом и наличием несовершеннолетних детей (V Крамера = 0,561, $p < 0,001$). Поскольку возраст оказался более сильным фактором использования цифровых ресурсов культуры, фактор «наличие несовершеннолетних детей» был исключён из итоговой модели во избежание искажения оценок.

Среди социально-демографических характеристик населения **возраст**¹ остаётся наиболее сильным барьером, препятствующим цифровому участию в культурной жизни. Особенно высокий разрыв наблюдается у старшей возрастной когорты (шансы использования онлайн-сервисов культуры в 4,7 раза ниже, чем у молодёжи до 30 лет). Лица с высшим и послевузовским образованием имеют шансы на использование цифровых ресурсов культуры в 2 раза выше по сравнению с лицами со средним общим образованием или ниже. При этом группа со средним профессиональным образованием статистически не отличается от группы с низким уровнем образования. Следовательно, «образовательный порог» пролегает именно между высшим и всеми остальными уровнями образования. Интерпретируя полученные данные, можно заключить, что высшее образование выступает не только как индикатор культурного капитала (в концепции П. Бурдьё), но и как показатель когнитивной готовности к освоению цифровых культурных сервисов. Респонденты с высшим образованием, вероятно, обладают более высокими информационными потребностями, более развитыми навыками поиска и критического отбора контента, а также более высокими культурными запросами. Фиксируется *гендерный* разрыв в пользу женщин: их шансы на использование цифровых ресурсов культуры почти в 2 раза выше, чем мужчин. Данный разрыв, с одной стороны, может отражать реальные гендерные различия в культурных предпочтениях: например, женщины чаще интересуются искусством, литературой, театром. Исследования гендерного аспекта культурного капитала подтверждают, что женщины в целом демонстрируют более высокий

¹ Последовательность анализа социально-демографических факторов определяется степенью их влияния на вероятность обращения населения региона к цифровым культурным ресурсам (от наиболее значимых к наименее значимым).

уровень вовлечённости в практики «высокой» культуры [20], что переносится и на цифровую среду. С другой стороны, нельзя исключать влияние гендерных стереотипов досуга. Также возможно, что женщины активнее вовлечены в цифровое родительство (поиск образовательного и развивающего контента для детей) [21], хотя этот фактор частично контролируется исключением переменной «наличие детей» из модели. В отношении уровня доходов и их *покупательной способности* фиксируется, что у лиц с низкой покупательной способностью шансы использования цифровых сервисов культуры в 1,9 раза ниже, чем среди людей с высокой покупательной способностью. Группа со средними доходами статистически не отличается от группы с высокими доходами. «Эффект бедности» проявляется отчётливо, тогда как различия между среднедоходными и низкодоходными группами незначимы. Что касается территориального фактора, то жители крупных городов региона имеют шансы на использование цифровых ресурсов культуры в 1,7 раза выше, чем жители районов. При этом место проживания сохраняет свою значимость даже после контроля образования, дохода и возраста. Вероятная причина – наличие инфраструктурных барьеров на малых территориях. Так, исследования показывают, что в крупных городах выше доступ и качество интернет-соединения, больше доступных цифровых сервисов, активнее информационная среда, способствующая распространению цифровых культурных практик, чем в районах региона [22; 23].

Исходя из того, что в качестве ключевых детерминант использования цифровых услуг в сфере культуры определены возраст и уровень образования населения, последующий анализ будет сфокусирован на этих двух переменных.

После анализа факторов, влияющих на сам факт использования цифровых ресурсов культуры, мы переходим к анализу различий внутри группы потребителей онлайн-культуры по целям обращения (см. табл. 3).

Таблица 3

Цели использования цифровых ресурсов культуры в зависимости от уровня образования и возраста, 2025 г., % от количества респондентов по столбцу

Цели использования	В целом по массиву	Образование			Возраст		
		Высшее (n = 206)	Среднее профессиональное (n = 167)	Среднее общее и ниже (n = 126)	До 30 лет (n = 103)	30–55 лет (n = 289)	Старше 55 лет (n = 108)
Планирование визита (покупка билетов, уточнение расписания)	71,0	75,2	70,1	65,1	72,8	72,7	64,8
Получение новой информации и знаний (образовательный контент)	32,4	40,8	21,0	34,1	33,0	34,9	25,0

Окончание табл. 3

Цели использования	В целом по массиву	Образование			Возраст		
		Высшее (n = 206)	Среднее профессиональное (n = 167)	Среднее общее и ниже (n = 126)	До 30 лет (n = 103)	30–55 лет (n = 289)	Старше 55 лет (n = 108)
Развлечение, досуг (просмотр трансляций, виртуальных туров)	38,4	44,7	36,5	31,0	42,7	39,4	31,5
Поддержание связи с учреждениями / деятелями искусства	18,8	20,4	19,8	15,1	14,6	20,1	19,4
Исследовательская или профессиональная деятельность	8,2	10,7	6,0	7,1	11,7	9,0	2,8
Другое	1,6	1,9	1,8	0,8	1,0	2,1	0,9

Примечание: предусматривался множественный выбор целей. Жирным шрифтом выделены статистически значимые различия между группами ($p < 0,05$).

Среди пользователей с высшим образованием доля тех, кто обращается к ресурсам для «получения новой информации и знаний», составляет 41%, тогда как среди лиц со средним общим образованием – 34% ($p < 0,001$); также фиксируется разрыв в использовании с целью «исследовательской или профессиональной деятельности»: 11% против 7% соответственно. К цифровым сервисам культуры с целью развлечения и досуга также обращаются чаще респонденты с высшим образованием (V Крамера = 0,115, $p < 0,05$). В то же время по прагматичной цели «планирование визита, покупка билетов» разрыв между группами меньше, хотя и здесь лидируют респонденты с высшим образованием (75% против 65% среди пользователей со средним и более низким уровнем образования). В целом если посмотреть на количество выбираемых респондентами вариантов ответа, то люди с высшим образованием находят больше способов применения цифровых сервисов культуры. Наблюдается и возрастная стратификация: молодые люди до 30 лет демонстрируют самый высокий уровень использования цифровых ресурсов в исследовательских или профессиональных целях, в то время как у респондентов старше 55 лет данный показатель снижается. Показатели образовательной мотивации также снижаются в старшей возрастной группе (см. табл. 3).

Результаты показывают, что цифровые культурные ресурсы не устраняют, а, наоборот, закрепляют и даже усиливают уже существующее социальное неравенство. Высокий уровень образования и молодой возраст выступают факторами накопления культурного капитала через образовательные, профессиональные

и исследовательские практики в цифровой среде культуры, тогда как низкий уровень образования и пожилой возраст связаны либо с исключением из цифрового культурного потребления, либо с потреблением преимущественно развлекательного контента. Выявленные особенности подтверждают цифровое неравенство второго уровня и, частично, третьего. Последний уровень сложно оценить, поскольку он предполагает получение полезного результата от тех действий, с которыми заходят в интернет, и признаётся исследователями трудным для операционализации.

Неравенство в сфере культуры проявляется и в качественной структуре потребления. Высшее образование формирует установки на целенаправленный, институционально ориентированный поиск культурного контента через официальные каналы. Сайтами учреждений культуры (музеев, театров и иных институций) чаще пользуются люди с высшим образованием, по сравнению с респондентами, имеющими среднее общее образование и ниже (61% против 40%, V Крамера = 0,203, $p < 0,001$). Одновременно с этим страницы учреждений культуры в социальных сетях являются самым популярным ресурсом у всех категорий респондентов по уровню образования, что вполне оправдано более пассивным, «ленточным» способом потребления контента, опосредованного алгоритмами социальных медиа. Однако именно их можно рассматривать как способ сгладить неравенство в доступе к цифровым сервисам сферы культуры. Кроме того, они являются и самым распространённым ресурсом среди населения старше 55 лет. В целом возрастные различия менее выражены, однако фиксируются различия в каналах доступа к ресурсам культуры. Молодые люди активнее используют образовательные онлайн-форматы, средняя возрастная когорта больше, чем остальные, смотрит онлайн-трансляции в сети, а пожилые пользователи (безусловно, при сохранении высокой доли непользователей) чаще обращаются к отдельным типам цифровых ресурсов учреждений культуры, например – к оцифрованным коллекциям (см. табл. 4).

Таблица 4

Типы используемых цифровых ресурсов учреждений культуры, в зависимости от уровня образования и возраста респондентов, 2025 г., в % от числа пользующихся

Типы	В целом по массиву	Образование			Возраст		
		Высшее (n = 206)	Среднее профессиональное (n = 167)	Среднее общее и ниже (n = 126)	До 30 лет (n = 103)	30–55 лет (n = 289)	Старше 55 лет (n = 108)
Сайты музеев/театров и т. д.	49,0	61,2	41,3	39,7	50,5	50,2	44,4
Приложения учреждений культуры	32,2	35,4	31,1	28,6	28,2	33,2	33,3
Страницы в социальных сетях (группы «ВКонтакте»)	68,4	67,0	71,9	65,9	71,8	70,2	60,2

Окончание табл. 4

Типы	В целом по массиву	Образование			Возраст		
		Высшее (n = 206)	Среднее профессиональное (n = 167)	Среднее общее и ниже (n = 126)	До 30 лет (n = 103)	30–55 лет (n = 289)	Старше 55 лет (n = 108)
Онлайн-трансляции мероприятий (спектакли, концерты, лекции)	21,8	24,8	19,8	19,8	15,5	25,6	17,6
Виртуальные туры и онлайн-выставки	7,8	9,2	9,0	4,0	7,8	8,3	6,5
Просмотр оцифрованных коллекций (картин, архивов)	5,2	5,8	5,4	4,0	1,0	5,9	7,4
Образовательные онлайн-курсы/вебинары от учреждений культуры	11,4	12,1	8,4	14,3	16,5	10,4	9,3

Примечание: предусматривался множественный выбор. Жирным шрифтом выделены статистически значимые различия между группами ($p < 0,05$).

Обратимся к структуре барьеров, которые препятствуют использованию цифровых ресурсов культуры в регионе. Наиболее распространёнными причинами неиспользования цифровых ресурсов культуры являются отсутствие интереса (мотивационный барьер) и предпочтение очного формата посещений. Однако наряду с этим статистически значим информационный барьер (незнание о существовании ресурсов), который выше среди лиц с высшим образованием (V Крамера = 0,107, $p < 0,05$). Вероятно, что данная группа более критично оценивает собственную информированность, тогда как респонденты с более низким уровнем образования реже рефлексируют по поводу отсутствия знания как такового. Компетентностные причины (сложность использования) чаще упоминаются лицами с низким образованием и пожилого возраста (см. табл. 5).

Таблица 5

Барьеры, препятствующие использованию цифровых ресурсов культуры, в зависимости от уровня образования и возраста, 2025 г., в % от числа не пользующихся

Причины неиспользования цифровых ресурсов культуры	В целом по массиву	Образование			Возраст		
		Высшее (n = 223)	Среднее профессиональное (n = 410)	Среднее общее и ниже (n = 361)	До 30 лет (n = 107)	30–55 лет (n = 415)	Старше 55 лет (n = 478)
Нет необходимости и желания	50,7	53,8	51,0	49,3	49,5	51,1	50,6

Окончание табл. 5

Причины неиспользования цифровых ресурсов культуры	В целом по массиву	Образование			Возраст		
		Высшее (n = 223)	Среднее профессиональное (n = 410)	Среднее общее и ниже (n = 361)	До 30 лет (n = 107)	30–55 лет (n = 415)	Старше 55 лет (n = 478)
Предпочитают очный формат посещений	36,9	34,1	34,6	40,4	34,6	36,9	37,4
Не знают о существовании	16,9	23,8	16,6	13,0	11,2	16,1	18,8
Сложно и неудобно в использовании	15,9	13,5	14,9	18,8	15,0	13,5	18,2
Низкое качество контента (звук, изображение)	4,8	7,2	4,9	3,3	6,5	5,8	3,6
Другое	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,2

Примечание: предусматривался множественный выбор. Жирным шрифтом выделены значения, существенно отличающиеся от среднеобластных ($p < 0,05$).

Несмотря на то, что в исходной логике исследования основное внимание уделялось образовательным и возрастным различиям, полученные данные по типам поселения (крупные города/районы) выявляют статистически значимую дифференциацию барьеров, которая не может быть проигнорирована. В районах основным препятствием является предпочтение очного традиционного формата культурного потребления, при этом инфраструктура сферы культуры развита слабее, чем в городах [24]. Вместе с тем в районах реже отмечают информационный барьер (10% против 24% респондентов в крупных городах) (см. табл. 6). Территориальное измерение вносит важное дополнение в модель цифрового неравенства: жители малых территорий сталкиваются не столько с информационной недоступностью, сколько с мотивационным барьером и фактором преобладания традиционных установок на неприятие «онлайн-культуры».

Таблица 6

Барьеры, препятствующие использованию цифровых ресурсов культуры, в зависимости от места проживания, 2025 г., в % от числа не пользующихся

Причины неиспользования цифровых ресурсов культуры	Крупные города (Вологда и Череповец) (n = 486)	Муниципальные округа (n = 514)	В целом по массиву
Нет необходимости и желания	48,6	52,7	50,7
Предпочитают очный формат посещений	28,2	45,1	36,9

Окончание табл. 6

Причины неиспользования цифровых ресурсов культуры	Крупные города (Вологда и Череповец) (n = 486)	Муниципальные округа (n = 514)	В целом по массиву
Не знают о существовании	24,3	9,9	16,9
Сложно и неудобно в использовании	15,2	16,5	15,9
Низкое качество контента (звук, изображение)	6,6	3,1	4,8
Другое	0,2	0,0	0,1

Примечание: предусматривался множественный выбор. Жирным шрифтом выделены значения, существенно отличающиеся от данных по всему массиву респондентов ($p < 0,05$).

Экономические препятствия в потреблении цифровых ресурсов реконструируются через готовность оплаты контента и услуг культуры. Значимых различий в распределении ответов респондентов на вопрос о готовности платить за онлайн-услуги в зависимости от их образования и возраста не обнаружено. В целом среди тех, кто пользуется цифровыми услугами культуры, 68% считают, что они должны быть бесплатными. Требование бесплатности сильнее выражено среди респондентов с низкой покупательной способностью и среди жителей крупных городов – доля ответов «должны быть бесплатными» составляет 76 и 74% соответственно. Жители сельской местности и районных центров выражают большую готовность платить за доступ к цифровым ресурсам культуры (см. табл. 7).

Таблица 7

Готовность респондентов с различной покупательной способностью, проживающих в крупных городах и муниципальных округах, оплачивать цифровые услуги культуры, 2025 г., в % от числа пользующихся

Готовность оплачивать цифровые услуги культуры	В целом по массиву (n = 500)	Место проживания		Покупательная способность		
		Крупные города (Вологда и Череповец) (n = 330)	Муниципальные округа (n = 170)	Высокая (n = 104)	Средняя (n = 279)	Низкая (n = 116)
Готовы	10,5	8,0	15,7	18,4	8,8	8,0
Готовы, если не будет возможности офлайн (очного) посещения	22,0	17,8	30,1	24,3	23,6	15,9
Не готовы, т. к. считают, что цифровые услуги должны быть бесплатными	67,5	74,2	54,2	57,3	67,6	76,1
V Крамера		0,146 ($p < 0,001$)		0,115 ($p = 0,012$)		

В российской практике для преодоления барьеров доступа к культуре применяется государственный инструмент – программа «Пушкинская карта». С одной стороны, это элемент культурной политики, направленный на расширение возможностей молодёжи. Программа реализуется через целевое финансирование: в 2026 году лимит средств на карте составляет 5 000 руб. С другой стороны, это современный цифровой продукт. Оформление происходит через портал «Госуслуги», а билеты приобретаются онлайн. Сам процесс выбора мероприятий требует от пользователя активного взаимодействия с цифровыми ресурсами: сайтами театров и музеев, специализированными приложениями и культурными агрегаторами. «Пушкинская карта» становится точкой пересечения государственного регулирования и цифровой сервисной среды. Участие в программе не только снимает экономический барьер (билеты молодёжи оплачиваются государством), но и стимулирует развитие цифровых компетенций, поскольку для получения выгоды необходимо быть активным цифровым пользователем.

Результаты опроса показывают, что участники программы демонстрируют более высокую цифровую активность. В среднем по области доля пользующихся цифровыми ресурсами культуры составляет 33% при 67% непользующихся. Однако среди тех, кто участвует в программе сам, доля пользующихся цифровыми ресурсами культуры достигает 76%, что значительно выше среднего показателя. В группе, где дети или внуки респондента являются участниками программы, доля пользующихся также выше среднего. Напротив, среди тех, кто не является участником программы (не знает о ней или не подходит по условиям), доля пользующихся цифровыми ресурсами культуры существенно ниже (см. табл. 8).

Таблица 8

Вовлечённость в программу «Пушкинская карта» и использование цифровых ресурсов культуры, 2025 г., в % от числа ответивших¹

Группы по участию в программе	В целом по массиву (n = 1500)	Из них пользуются цифровыми ресурсами культуры (n = 500)	Из них НЕ пользуются цифровыми ресурсами культуры (n = 1000)
Участвуют сами или дети/внуки:	23,2	62,2	37,8
в том числе: участники программы (сам респондент)	6,0	76,4	23,6
в том числе: дети/внуки респондента	17,2	57,3	42,7
Не являются участниками (не знают о программе)	15,4	28,4	71,6
Не являются участниками (не подходят по условиям)	61,4	23,7	76,3
В целом по массиву	100	33,3	66,7

Примечание: различия между группами статистически значимы (V Крамера = 0,35, $p < 0,001$).

¹ Формировка вопроса: «Являетесь ли Вы (или Ваши дети, внуки) участником программы «Пушкинская карта»».

Однако следует отметить и менее очевидную сторону функционирования программы «Пушкинская карта». Существуют основания полагать, что её основными пользователями выступают индивиды и группы, уже обладающие относительно высоким уровнем культурного капитала. В этом контексте программа с некоторой долей вероятности может способствовать не столько нивелированию, сколько воспроизводству существующих социальных и цифровых неравенств, действуя в логике кумулятивного преимущества («эффект Матфея»), при котором ресурсы распределяются в пользу уже более ресурсобеспеченных групп. Следовательно, было бы преждевременно утверждать, что «Пушкинская карта» в её текущем виде решает проблему неравенства в полном объёме. Скорее она функционирует как механизм инклюзии для тех категорий населения, которые уже в значительной степени интегрированы в цифровую среду и обладают сформированными культурными привычками, тогда как для групп, находящихся на периферии цифрового и культурного поля, её инклюзивный потенциал остаётся ограниченным.

Заключение

В исследовании выявлен портрет пользователей и непользователей цифровых ресурсов культуры. Типичный пользователь – это житель крупного города, с высшим образованием, среднего возраста, женщина, имеющая несовершеннолетних детей в семье. Кроме того, анализ результатов исследования позволяет установить, что лица старшего поколения, люди с низким уровнем образования, жители районов проявляют меньшую активность в потреблении услуг культуры в цифровой среде.

С использованием бинарной логистической регрессии выявлены определяющие факторы, влияющие на вовлечённость населения в использование цифровых ресурсов культуры. Из пяти рассмотренных факторов (пол, возраст, образование, территория проживания, покупательная способность доходов) наиболее сильным барьером выступает возраст, что подтверждает исключение лиц старшего возраста из потребления онлайн-культуры. Вторым по значимости фактором является образование: обладатели высшего и послевузовского образования имеют шансы на использование цифровых ресурсов культуры в 2 раза выше, чем лица со средним общим образованием и ниже. Также исследование показало, что территориальный фактор сохраняет самостоятельное значение даже после учёта уровня образования, возраста и дохода. Жители районов имеют значительно меньше шансов на использование цифровых ресурсов культуры по сравнению с жителями крупных городов. Итоги исследования свидетельствуют о том, что цифровые ресурсы культуры в регионе не выполняют функцию автоматического выравнивания доступа к культурным благам, а скорее закрепляют и воспроизводят уже существующие социальные разрывы.

Техническая доступность (наличие сайтов, приложений, трансляций и др.) не тождественна реальному использованию этих ресурсов в качестве инструмента

приращения культурного капитала. Согласно теории капитала П. Бурдьё, полученные данные позволяют с некоторой долей условности утверждать, что использование цифровых ресурсов культуры способствует накоплению инкорпорированной формы культурного капитала – через освоение новых знаний, развитие эстетических предпочтений и формирование культурных компетенций. Однако этот процесс происходит неравномерно: высокообразованные респонденты чаще обращаются к цифровым ресурсам с целями получения новой информации и знаний, а также для исследовательской и профессиональной деятельности, что непосредственно работает на приращение их инкорпорированного культурного капитала. В то же время для представителей групп с низким уровнем образования и старшего возраста цифровые ресурсы культуры остаются преимущественно инструментом развлечения и досуга, либо вовсе не используются.

По результатам исследования выявлено, что среди барьеров, препятствующих использованию цифровых ресурсов культуры, преобладающим выступает мотивационный (отсутствие интереса к цифровым форматам культуры), независимо от социально-демографической принадлежности групп. Видится, что причиной может быть сопротивление новым технологиям со стороны значительной части населения региона, особенно в сельских территориях и среди старших возрастных групп. При этом преодолеть мотивационный барьер расширением доступа к интернету, повышением цифровых навыков невозможно, поскольку он укоренён в системе устойчивых привычек, сформированных предшествующим социальным опытом. Территориальный срез уточняет этот вывод: жители округов и районов чаще ссылаются на предпочтение очного формата. Следовательно, политика цифровизации культуры сталкивается не только с технологическими или компетентностными ограничениями, но и с глубинными культурными установками. В связи с этим концепция трёхуровневого цифрового неравенства в применении к сфере культуры требует дополнения мотивационным измерением, которое фиксирует легитимность цифровых форматов культуры в глазах различных социальных групп.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сагитов С. Т. Цифровизация сферы культуры России: этапы и проблемы // Социологическая наука и социальная практика. 2024. Т. 12, № 1. С. 80–93. DOI [10.19181/snsp.2024.12.1.4](https://doi.org/10.19181/snsp.2024.12.1.4). EDN [AZGCRYX](https://www.edn.ru/azgcyx).
2. Коваленко Т. В., Саркисова Е. Г. Цифровая инфраструктура учреждений культуры и задачи культурной политики в современной России: этапы и специфика формирования // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2024. Т. 30, № 4. С. 151–163. DOI [10.15826/izv1.2024.30.4.071](https://doi.org/10.15826/izv1.2024.30.4.071). EDN [LSVYJA](https://www.edn.ru/lsvyja).
3. Музычук В. Ю. Основные направления цифровизации в сфере культуры: зарубежный опыт и российские реалии // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2020. № 5. С. 49–63. DOI [10.24411/2073-6487-2020-10056](https://doi.org/10.24411/2073-6487-2020-10056). EDN [IVDLYN](https://www.edn.ru/ivdlyn).

4. Юдина М. А. Влияние цифровизации на социальное неравенство // Уровень жизни населения регионов России. 2020. Т. 16, № 1. С. 97–108. DOI [10.19181/lspr.2020.16.1.10](#). EDN [OQKAIZ](#).
5. Андрианова Е. В., Ромашина Г. Ф., Худякова М. В. Цифровой офис или маркетплейс? Как жители регионов России используют Интернет // Социологические исследования. 2025. № 11. С. 77–92. DOI [10.7868/S3034577X25110075](#). EDN [TTKMRQ](#).
6. Горлова И. И., Зиновьева Н. Б. Анализ информационной активности учреждений культуры юга России // Обсерватория культуры. 2025. Т. 22, № 5. С. 452–463. DOI [10.25281/2072-3156-2025-22-5-452-463](#). EDN [ZPWTBS](#).
7. Кондакова Н. А., Груздева М. А. Оценка уровня цифровой зрелости сферы культуры: классификация регионов России // Society and Security Insights. 2023. Т. 6, № 4. С. 160–177. DOI [10.14258/SSI\(2023\)4-10](#). EDN [SYHDPY](#).
8. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. Cambridge, MA : Harvard University press, 1984. 613 p.
9. Корсунова В. И. Культурное потребление в социологических исследованиях: обзор подходов к измерению понятия // Экономическая социология. 2019. Т. 20, № 1. С. 148–173. DOI [10.17323/1726-3247-2019-1-148-173](#). EDN [VJWHYX](#).
10. Бурдьё П. Формы капитала / П. Бурдьё ; пер. с фр. М. Добряковой // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74. EDN [OYUVRD](#).
11. Корсунова В. И., Волченко О. В. Использование интернета и культурное потребление в странах Европы: сравнительный анализ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 4 (152). С. 106–129. DOI [10.14515/monitoring.2019.4.06](#). EDN [DXXYSY](#).
12. Шнак А. А., Курко В. И. Социальное неравенство в цифровую эпоху: концепция Йорга // Социология искусственного интеллекта. 2024. Т. 5, № 4. С. 21–48. EDN [LPBTJR](#).
13. Romele A. Digital Habitus: A Critique of the Imaginaries of Artificial Intelligence. Routledge, 2023. 184 p. DOI [10.4324/9781003400479](#).
14. Вартанова Е. Л., Гладкова А. А., Дунас Д. В. Цифровой капитал как гибридный нематериальный капитал: теоретические подходы и практические решения в российском контексте // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 1. С. 6–26. DOI [10.17150/2308-6203.2022.11\(1\).6-26](#). EDN [BPPSJC](#).
15. Ragnedda M. Conceptualizing Digital Capital // Telematics and Informatics. 2018. Vol. 35, № 8. P. 2366–2375. DOI [10.1016/j.tele.2018.10.006](#).
16. Van Deursen A. J., Van Dijk J. A. The First-Level Digital Divide Shifts from Inequalities in Physical Access to Inequalities in Material Access // New Media & Society. 2019. Vol. 21, № 2. P. 354–375. DOI [10.1177/1461444818797082](#).
17. Conceptualizing and Testing a Social Cognitive Model of the Digital Divide / K. K. Wei, H. H. Teo, H. C. Chan, B. C. Tan // Information Systems Research. 2011. Vol. 22, № 1. P. 170–187. DOI [10.1287/isre.1090.0273](#).
18. Playing a Play: Online and Live Performing Arts Consumers Profiles and the Role of Supply Constraints / P. De la Vega, S. Suarez-Fernández, D. Boto-García, J. Prieto-Rodríguez // Journal of Cultural Economics. 2019. Vol. 44, № 3. P. 425–450. DOI [10.1007/s10824-019-09367-y](#).
19. Ateca-Amestoy V., Prieto-Rodríguez J. Cultural Omnivorousness of Heritage Institutions: When most People are Already Digital Literate, but Proficiency is Also Needed // New Perspectives in the Public and Cultural Sectors: Festschrift in Honor of Ilde Rizzo. Cham : Springer Nature Switzerland, 2025. P. 69–88.

20. Lagaert S., Van Houtte M., Roose H. Engendering Culture: the Relationship of Gender Identity and Pressure for Gender Conformity with Adolescents' Interests in the Arts and literature // Sex Roles. 2019. Vol. 77, № 7. С. 482–495. DOI [10.1007/s11199-017-0738-y](https://doi.org/10.1007/s11199-017-0738-y). EDN [BKUPAT](#).
21. Швецова А. В. Виртуальная песочница: цифровые практики современных матерей // Женщина в российском обществе. 2025. № 1. С. 23–33. DOI [10.21064/WinRS.2025.1.2](https://doi.org/10.21064/WinRS.2025.1.2). EDN [ZEKGJ](#).
22. Шабунова А. А., Груздева М. А., Калачикова О. Н. Поселенческий аспект цифрового неравенства в современной России // Проблемы развития территории. 2020. № 4 (108). С. 7–19. DOI [10.15838/ptd.2020.4.108.1](https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.1). EDN [CCLUGC](#).
23. Груздева М. А., Гордиевская А. Н. Критерии цифрового благополучия населения: состояние и проблемы // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2025. Т. 18, № 5. С. 187–199. DOI [10.15838/esc.2025.5.101.10](https://doi.org/10.15838/esc.2025.5.101.10). EDN [PGVHHI](#).
24. Косыгина К. Е. Культурный потенциал современного российского региона: инфраструктура и потребление услуг населением (на примере Вологодской области) // Социологическая наука и социальная практика. 2024. Т. 12, № 2. С. 55–77. DOI [10.19181/snsp.2024.12.2.3](https://doi.org/10.19181/snsp.2024.12.2.3). EDN [LVAZRL](#).

Сведения об авторах

К. Е. Косыгина

кандидат экономических наук

ведущий научный сотрудник

SPIN-код: [5799-0295](#)

А. Н. Гордиевская

научный сотрудник

SPIN-код: [6830-1230](#)

Вклад авторов:

К. Е. Косыгина – концепция и дизайн исследования; анализ полученных данных, написание текста (60%);

А. Н. Гордиевская – подготовка и обработка социологических данных (40%).

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 13.04.2026; одобрена после рецензирования 06.06.2026; принята к публикации 23.07.2026.

Original article

DOI: [10.19181/snsp.2026.14.3.9](https://doi.org/10.19181/snsp.2026.14.3.9)

FACTORS OF INEQUALITY IN THE USE OF DIGITAL CULTURAL RESOURCES IN A REGIONAL COMMUNITY

Ksenia Evgenievna Kosygina¹

Alexandra Nikolaevna Gordievskaya²

^{1, 2} Vologda Research Center RAS,
Vologda, Russia

¹sene4ka.87@mail.ru,
ORCID 0000-0001-5875-8912
²alessu85@mail.ru,
ORCID 0000-0001-7777-3456

For citation: Kosygina K. E., Gordievskaya A. N. Factors of inequality in the use of digital cultural resources in a regional community. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2026;14(3):xx–xx. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2026.14.3.9](https://doi.org/10.19181/snsp.2026.14.3.9).

Abstract. Digital transformation of the cultural sector is supported by the state and is seen as one of the tools for ensuring equal access to cultural benefits. However, the digitalisation process does not always lead to the intended results: certain social groups remain excluded. This article presents the results of an empirical study aimed at identifying the socio-demographic and resource-related factors that determine the population's use of digital cultural resources. The empirical basis comprises data from a sociological survey of the population of Vologda Oblast (N=1 500), conducted in 2025. The analysis draws on concepts of digital inequality and Pierre Bourdieu's theory of cultural capital. Cross-tabulation analysis with Cramér's V coefficient was used to assess the strength and significance of associations between variables, as well as binary logistic regression to identify the combined influence of factors. A profile of the digital cultural resource user is identified: a resident of a large city, with higher education, middle-aged, female, and having minor children in the family. It is revealed that digital cultural resources in the region do not fulfil the function of automatically equalising access to cultural benefits. Factors influencing the use of digital cultural resources in the regional community are identified, such as age, education, territory of residence, gender, and income level based on purchasing power. The most significant among these are age and education. The territorial factor retains independent significance even after accounting for education level, age, and purchasing power of income: residents of rural districts have significantly lower chances of using digital cultural resources compared to residents of large cities. The dominant limiting factor is the motivational barrier: a lack of public interest in digital resources and resistance to digital formats in the cultural sphere. Using the example of the 'Pushkin Card' programme, it is shown that even targeted support measures can operate according to the logic of cumulative advantage, primarily reaching already resource-advantaged groups.

Keywords: culture, internet, digital inequality, cultural capital, access to culture, regional community, factors of inequality, Pushkin Card

REFERENCES

1. Sagitov S. T. Digitalization of the cultural sphere in Russia: stages and problems. *Sociological science and social practice=Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*. 2024;12(1):80–93. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2024.12.1.4](https://doi.org/10.19181/snsp.2024.12.1.4).
2. Kovalenko T. V., Sarkisova E. G. Digital infrastructure of cultural institutions and tasks of cultural policy in modern Russia: stages and specifics of formation. *Izvestia of the Ural Federal University. Series 1: Problems of Education, Science and Culture=Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*. 2024;30(4):151–163. (In Russ.). DOI [10.15826/izv1.2024.30.4.071](https://doi.org/10.15826/izv1.2024.30.4.071).
3. Muzychuk V. Yu. Main directions of digitalization in the cultural sphere: foreign experience and Russian realities. *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences=Vestnik Instituta ekonomiki Rossiyskoy akademii nauk*. 2020;(5):49–63. (In Russ.). DOI [10.24411/2073-6487-2020-10056](https://doi.org/10.24411/2073-6487-2020-10056).

4. Yudina M. A. The impact of digitalization on social inequality. *Living Standards of the Population in Russian Regions=Uroven' zhizni naseleniya regionov Rossii*. 2020;16(1):97–108. (In Russ.). DOI [10.19181/lsprr.2020.16.1.10](https://doi.org/10.19181/lsprr.2020.16.1.10).
5. Andrianova E. V., Romashkina G. F., Khudyakova M. V. Digital office or marketplace? How residents of Russian regions use the Internet. *Sociological Studies=Sotsiologicheskiye issledovaniya*. 2025;(11):77–92. (In Russ.). DOI [10.7868/S3034577X25110075](https://doi.org/10.7868/S3034577X25110075).
6. Gorlova I. I., Zinovyeva N. B. Analysis of information activity of cultural institutions in the south of Russia. *Observatory of Culture=Observatoriya kul'tury*. 2025;22(5):452–463. (In Russ.). DOI [10.25281/2072-3156-2025-22-5-452-463](https://doi.org/10.25281/2072-3156-2025-22-5-452-463).
7. Kondakova N. A., Gruzdeva M. A. Assessing the level of digital maturity of the cultural sphere: classification of Russian regions. *Society and Security Insights*. 2023;6(4):160–177. (In Russ.). DOI [10.14258/SSI\(2023\)4-10](https://doi.org/10.14258/SSI(2023)4-10).
8. Bourdieu P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 1984. 613 p.
9. Korsunova V. I. Cultural consumption in sociological research: a review of approaches to measuring the concept. *Journal of Economic Sociology=Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2019;20(1):148–173. (In Russ.). DOI [10.17323/1726-3247-2019-1-148-173](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2019-1-148-173).
10. Bourdieu P. Forms of capital. *Journal of Economic Sociology=Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2002;3(5):60–74. (In Russ.).
11. Korsunova V. I., Volchenko O. V. Internet use and cultural consumption in European countries: a comparative analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes=Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny*. 2019;(4):106–129. (In Russ.). DOI [10.14515/monitoring.2019.4.06](https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.4.06).
12. Shpak A. A., Kirko V. I. Social inequality in the digital age: the Jorge concept. *Sociology of Artificial Intelligence=Sotsiologiya iskusstvennogo intellekta*. 2024;5(4):21–48. (In Russ.).
13. Romele A. Digital habitus: a critique of the imaginaries of artificial intelligence. Routledge; 2023. 184 p. DOI [10.4324/9781003400479](https://doi.org/10.4324/9781003400479).
14. Vartanova E. L., Gladkova A. A., Dunas D. V. Digital capital as hybrid intangible capital: theoretical approaches and practical solutions in the Russian context. *Theoretical and Practical Issues of Journalism=Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2022;11(1):6–26. (In Russ.). DOI [10.17150/2308-6203.2022.11\(1\).6-26](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(1).6-26).
15. Ragnedda M. Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics*. 2018;35(8):2366–2375. DOI [10.1016/j.tele.2018.10.006](https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.10.006).
16. Van Deursen A. J., Van Dijk J. A. The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media & Society*. 2019;21(2):354–375. DOI [10.1177/1461444818797082](https://doi.org/10.1177/1461444818797082).
17. Wei K. K., Teo H. H., Chan H. C., Tan B. C. Conceptualizing and testing a social cognitive model of the digital divide. *Information Systems Research*. 2011;22(1):170–187. DOI [10.1287/isre.1090.0273](https://doi.org/10.1287/isre.1090.0273).
18. De la Vega P., Suarez-Fernández S., Boto-García D., Prieto-Rodríguez J. Playing a play: online and live performing arts consumers profiles and the role of supply constraints. *Journal of Cultural Economics*. 2019;44(3):425–450.
19. Ateca-Amestoy V., Prieto-Rodríguez J. Cultural omnivorousness of heritage institutions: when most people are already digital literate, but proficiency is also needed. In: *New perspectives in the public and cultural sectors: festschrift in honor of Ilde Rizzo*. Cham: Springer Nature Switzerland; 2025. P. 69–88.
20. Lagaert S., Van Houtte M., Roose H. Engendering culture: the relationship of gender identity and pressure for gender conformity with adolescents' interests in the arts and literature. *Sex Roles*. 2019;77(7):482–495. DOI [10.1007/s11199-017-0738-y](https://doi.org/10.1007/s11199-017-0738-y).

21. Shvetsova A. V. Virtual sandbox: digital practices of modern mothers. *Woman in Russian Society=Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*. 2025;(1):23–33. (In Russ.). DOI [10.21064/WinRS.2025.1.2](https://doi.org/10.21064/WinRS.2025.1.2).
22. Shabunova A. A., Gruzdeva M. A., Kalachikova O. N. Settlement aspect of digital inequality in modern Russia. *Problems of Territory's Development=Problemy razvitiya territorii*. 2020;4(108):7–19. (In Russ.). DOI [10.15838/ptd.2020.4.108.1](https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.1).
23. Gruzdeva M. A., Gordiyevskaya A. N. Criteria of digital well-being of the population: state and problems. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast=Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*. 2025;18(5):187–199. (In Russ.). DOI [10.15838/esc.2025.5.101.10](https://doi.org/10.15838/esc.2025.5.101.10).
24. Kosygina K. E. Cultural potential of a modern Russian region: infrastructure and consumption of services by the population (on the example of the Vologda region). *Sociological science and social practice=Sotsiologicheskaja nauka i sotsial'naja praktika*. 2024;12(2):55–77. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2024.12.2.3](https://doi.org/10.19181/snsp.2024.12.2.3).

Information about the Authors

K. E. Kosygina

Candidate of Economics

Leading Researcher

ResearcherID: [K-7910-2018](https://orcid.org/0000-0002-7910-2018)

A. N. Gordievskaya

Researcher

ResearcherID: [I-9439-2016](https://orcid.org/0000-0001-9439-2016)

Contribution of the authors:

K. E. Kosygina – concept and design research; data analysis, writing (60%);

A. N. Gordievskaya – preparation and processing of sociological data (40%).

The authors declare no conflicts of interest.

The article was submitted 13.04.2026; approved after reviewing 06.06.2026; accepted for publication 23.07.2026.