



УДК 316.7

DOI 10.18413/2075-4566-2019-44-2-344-350

КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ И ТРАНСЛЯЦИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ

CULTURAL CAPITAL AND TRANSLATION OF COLLECTIVE REPRESENTATIONS

С.И. Старикова
S.I. Starikova

Белгородский государственный институт искусств и культуры,
Россия, 308033, г. Белгород, ул. Королева, 7

State Institute of arts and culture,
7 Koroleva St, Belgorod, 308033, Russia

E-mail: s.i.starikova@gmail.com

Аннотация

Представлен обзор теоретико-методологических основ исследования культурного капитала. Проанализированы подходы к концептуализации культурного капитала представителей различных гуманитарных теорий. Сделан вывод о необходимости рассмотрения культурного капитала не только для характеристики индивида, социальных слоев, но и для разного типа общностей, которые возможно представить в виде той или иной иерархии, в том числе для регионов, государств и целых цивилизаций. Предпринята попытка описания социальной функции агентов, обладающих высоким уровнем культурного капитала, заключающейся в трансляции общественного мнения, влиянии на формирование коллективных представлений других людей (общностей) путем публичной интерпретации содержания и смысла явлений и процессов в окружающем мире (положения дел). Предлагается построить теоретическую модель культурного капитала и методику его эмпирического измерения, выявить факторы его воспроизводства, спроектировать решения по технологическому сопровождению процесса эффективного воспроизводства культурного капитала на примере регионов России.

Abstract

A review of the theoretical and methodological foundations of the study of cultural capital is presented. Approaches to the conceptualization of the cultural capital of representatives of various humanitarian theories are analyzed. It is concluded that it is necessary to consider cultural capital not only to characterize an individual, social strata, but also for different types of communities that can be presented in the form of a particular hierarchy, including regions, states, and entire civilizations. The social function of agents with a high level of cultural capital is described. It consists in transmitting public opinion, influencing the formation of collective representations of other people (communities) by public interpretation of the content and meaning of phenomena and processes in the outside world (state of affairs). The author proposes to build a theoretical model of cultural capital and a methodology for its empirical measurement, to identify the factors of its reproduction, to design solutions for the technological support of the process of effective reproduction of cultural capital on the example of Russian regions.

Ключевые слова: культурный капитал, политический капитал, коллективные представления, массовые коммуникации, культурная компетентность.

Key words: cultural capital, political capital, opinion leadership, mass communications, cultural competence.

Реализация экономической политики на принципах экономики знаний в США и ведущих странах Евросоюза, безоговорочное представление топ-менеджментом крупнейших корпораций культуры как мощного стратегического инструмента, труды современных ученых, органично связывающих культурный капитал с экономической эффективностью [Burt, 1999] – всё это сегодня недвусмысленно обращает наше внимание на то, что неправильное воспроизводство культурного капитала может привести к разрушению социальных структур и общественных коммуникаций.

В теории и истории культуры раз за разом происходят попытки переосмысления наследия Пьера Бурдьё, толчками для которого являются, как правило, изменения исторического социально-культурного контекста, в котором актуализируются его идеи. Прежде всего это коснулось концепта культурного капитала. Напомним, П. Бурдьё считал, что капитал может выступать в трех формах: экономический, культурный и социальный. Практически все капиталы обладают способностью конвертироваться друг в друга. Культурный капитал, в свою очередь, может выступать в трех состояниях: инкорпорированном (т.е. в форме длительных диспозиций ума и тела), объективированном (т.е. выраженным в форме культурных товаров), институализированном (т.е. в форме объективации).

Д. Тросби под влиянием экономической теории акцентировал внимание на материальных и нематериальных ценностях как базовых составляющих концепта «культурный капитал». У него культурный капитал – это «актив, воплощающий, хранящий или обеспечивающий культурную ценность в дополнение к любой экономической ценности, которой он может обладать» [Тросби, 2013, с. 92]. Не отрицая правомочность выделения трех состояний культурного капитала у П. Бурдьё, Д. Тросби ориентирован на другое различие: культурный капитал может быть материальным и нематериальным. Благодаря такому подходу, рассматриваемому культурный капитал в контексте производственных отношений, Д. Тросби смог предложить способы репрезентации культуры, которые помогли ему перекинуть мост через пропасть, разделяющую культуру и экономику, т.е. предложить способ концептуализации культуры в форме, выражающей ее основные характеристики, но при этом также поддающейся экономическому манипулированию и анализу [Тросби, 2013, с. 35]. Таким образом, объяснение «культурного капитала» как способа репрезентации как материальных, так и нематериальных проявлений культуры у Д. Тросби подчинено, в первую очередь, его исследовательскому замыслу придать экономическое значение культурным товарам и услугам, культурной деятельности через анализ взаимосвязи их экономической и культурной ценностей.

Р. Коллинс, вопреки идеям П. Бурдьё, полагал, что ни экономический, ни культурный капитал не могут быть взаимно конвертируемы. Под культурным капиталом он понимает групповые ситуации, в которых индивиды себя проявляли, и в рамках которых они накопили определенный репертуар символов с различным обобщенным и обособленным содержанием. Совокупность этих символов и составляет, согласно точке зрения Р. Коллинса, культурный капитал [Коллинс, 2002].

Достаточно сильна интуиция научного сообщества концептуализировать культурный капитал через категории образования, интеллекта и знаний. Б. Миронов характеризует культурный капитал как богатство в форме знания или идей, которое поддерживает статус носителей этого знания. В зависимости от носителя элементов культурного капитала ученый выделяет культурный статус индивида, культурный статус государства в целом [Миронов, 2006, с. 2-8]. По его оценкам, темпы роста образования населения примерно на треть обуславливают темпы роста национального дохода на душу населения. П. Димаджио, развивая идеи П. Бурдьё, пишет о том, что культурный капитал влияет на профессиональное продвижение после окончания высшей школы, а также на академическую успешность. Он занимался изучением академической успешности американских студен-



тов, выходцев из элиты, и предложил в качестве способа измерения количества культурного капитала частоту контактов с «высокой культурой», имевших место в период детства и юности [DiMaggio, 1982].

М. Соколов исходит из допущения, что культурный капитал и культурность (выражающаяся в потреблении той самой «высокой культуры») практически одно и то же и рассматривает его в традиции, близкой феноменологической социологии, предоставляющей возможность утверждать, что понимание содержания культурного капитала не является раз и навсегда данным, неизменным. Оно всегда обусловлено историческим, социально-культурным и территориальным контекстами культурного потребления.

Такой подход приводит к достаточно взвешенным объяснениям того, почему люди, активно участвующие в потреблении высокой культуры, более успешны в жизни, чем те, кто этого не делает. Опираясь на примеры Т. Веблена, Л. Уорнера, М. Соколов приходит к важному выводу о том, что культурный капитал сигнализирует не столько об интеллекте, сколько о принадлежности к статусной группе, к определенному слою общества, «в который вы должны быть допущены, чтобы получить доступ к наиболее ценным социальным ресурсам» [Соколов].

Интерпретируя теорию П. Бурдьё, М. Соколов и Т. Сафонова, объясняют механизмы воспроизводства элиты современных обществ: это происходит скорее не путем прямой передачи статусов старших поколений младшим, а через инвестиции в «культурный капитал» детей, который потом может быть легко конвертирован теми в экономический или политический капиталы [Сафонова, Соколов, 2005, с. 37].

Таким образом, культурный капитал в зависимости от исследовательского угла зрения может рассматриваться и как необходимый для занятия определенного места в социальной иерархии ресурс, и как признак социально-классовых различий. Выдерживая эту логику, Т. Шоломова понимает под культурным капиталом выработанный эстетический вкус (суждения и «хорошие манеры») и способность к восприятию художественных произведений – результат длительной социализации, воспитания и образования, доступ к которым был и остается неравным [Шоломова, 2014, с. 107–108]. Отсюда допустимо сделать вывод, что формирование культурного капитала попадает в зависимость от социализации (если говорить языком социологии) или, точнее, культурной компетентности (в языке культурологии). Наиболее ёмкая его дефиниция предложена в работах А. Флиера: это специфическое состояние человека по отношению к обществу, во многом схожее с его социальной адекватностью, но в большей мере привязанное к действующей в обществе иерархии ценностей и параметрам социального опыта, воплощенным, прежде всего, в знаниях общегуманитарного характера.

Понятие «культурная компетентность» означает ту условно достаточную степень социализированности и инкультурированности индивида, которая позволяет ему свободно понимать, использовать и вариативно интерпретировать всю сумму знаний, составляющих норму общесоциальной эрудированности человека в данной среде, сумму правил, образцов, законов, обычаев, запретов, этикетных установок и иных регуляторов поведения, вербальных и невербальных языков коммуникации, систему общепринятых символов, мировоззренческих оснований, идеологических и ценностных ориентаций, непосредственных оценок, социальных и мифологических иерархий и т.п. Чем выше уровень культурной компетентности подчиненного, тем убедительнее он исполняет свою роль, тем сильнее и реалистичнее его ощущения собственного положения («Sense of one's place» у И. Гоффмана [Goffman, 1951, с. 294–304]).

Восприятие высокой культуры – базовый элемент концепта «культурный капитал» у Т. Шоломовой – это форма неравномерно распределенной между уровнями социальной иерархии владения соответствующим культурным кодом [Шоломова, 2014, с. 108]. Этот

код формирует культурное достояние, богатство, ориентироваться в котором могут только те, кто имеет для этого символические средства и именно им принадлежат наиболее важные социальные позиции.

Концепция культурного капитала используется не только для характеристики индивида, социальных слоев, но и для разного типа общностей, которые возможно представить в виде той или иной иерархии, в том числе для регионов, государств и целых цивилизаций. Для современной гуманитарной науки представляет особый интерес исследование культурного капитала региона. С одной стороны, культурный капитал, так же, как и другие формы капитала, продуктивен: он так же способствует достижению целей и воплощается в различные формы экономического, политического капиталов на региональном или межрегиональном уровнях [Беляева, 2013]. С другой стороны, культурный капитал региона способен объяснить его социальное, экономическое и политическое положение среди других регионов (например, в общегосударственной иерархии). Знания, уровень престижного культурного потребления, культурная компетентность, эстетические суждения, восприятия, соотнесенные с культурным капиталом других территорий, определяют успешность развития региона и воспроизводства регионального сообщества.

Специфика региональной политики связана с тем, что коммуникация власти и общества включает в себя в качестве промежуточного звена ключевого агента, способного выражать общественное мнение, формировать его, обладая необходимым для этого авторитетом, признаваемым целевыми группами, известностью и публичностью. Главной характеристикой такого социального агента, позволяющей реализовать все эти способности, является высокий уровень культурного капитала. Такой агент понимается нами как индивид (или социальная группа), оказывающий влияние на формирование коллективных представлений других людей (общностей) путем публичной интерпретации содержания и смысла явлений и процессов в окружающем мире (положения дел).

В условиях неспособности, а, как правило, и неготовности определенной части населения выстраивать собственную коммуникацию с властными институтами, часто даже связно озвучивать существующей власти свой запрос на изменения, возникает информационный разрыв, постепенно перерастающий в вакуум. Заполнить его самостоятельно человек уже не может, да и не стремится, не осознавая в этом острой необходимости. Выстраиваемая с помощью обладающих большим культурным капиталом индивидов (грубо говоря, культурных капиталистов) система коммуникаций должна стать своеобразным регулятором этого разрыва.

Однако в настоящее время отсутствуют реальные институциональные условия для благословения властью «культурных капиталистов» на трансляцию положения дел от ее имени. Функцию голоса «глубинного народа» выполняют формальные (нормативные) лидеры, часто не обладающие достаточным для ее эффективной реализации культурным капиталом. Вместе с тем каждая предметная область повседневной жизни, с учетом отмеченного выше, начинает приобретать собственный понятийный аппарат и собственную систему коммуникационных кодов. Чем дальше, тем больше эти специфические языки уходят в сторону от бытового уровня и нормативным лидерам объяснять общепонятными терминами ту или иную ситуацию становится все сложнее.

Актуальность выявления среди «культурных капиталистов», скажем так, лидеров коллективных представлений и впоследствии – поддержания их лидерского статуса – с течением времени очерчивается все более очевидно. Слабость институтов саморегуляции гражданского общества на местах – в регионах и муниципалитетах – дополнительно актуализирует проблему. Мы предполагаем, что лидерство в данном случае определяется величиной и качеством культурного капитала индивида, а также его потенциалом к воспроизводству тех его частей, которые отвечают за лидерство.



Такая постановка вопроса фактически побуждает исследователей выходить за рамки не только экономической детерминации культурного капитала, но и за пределы измерения культурного капитала индивида преимущественно через его образование. Инкорпорированное состояние «культурного капиталиста» представляет собой совокупность способностей оказывать влияние на формирование коллективных представлений в социальной группе через актуализацию знаний групповых норм и ценностей; знаний позиций группы; способностей производить публичное мнение; способностей изменять существовавшие ранее коллективные представления, но также сохранять свой культурный капитал.

Культурный капитал в этом смысле приносит индивиду политическую дельту – речь идет уже не просто о совершенствовании культурной компетентности, но и о конвертации в политический капитал: чем больше культурный капитал, тем выше вероятность приобрести статус медиума народных представлений; лидера общественного мнения; коммуникатора, интерпретирующего подчиненным действия власть имущих.

Если на время абстрагироваться от политического контекста и представить культуру власти и культуру подчинения вне социальной иерархии – по модулю, тогда появляются основания предполагать, что величина культурного капитала прямо пропорциональна способности устанавливать межкультурный диалог потенциально любого характера.

Межкультурные различия формируют различные восприятия, переживания положения дел. Социологи хорошо знают, как представители различных культурных сред по-разному оценивают публичные действия, благосостояние, стабильность, неравенство и другие социальные явления. Чем больше культурный капитал, тем больше выражены возможности выходить за рамки своей микросреды и способности транслировать ей положение дел в макросреде.

На уровне повседневных практик мы видим реализацию этих возможностей и применение этих способностей культурного капитала в работе фасилитаторов – менеджеров (чаще всего освобожденных от управления циклическими процессами), организующих групповую динамику в компаниях таким образом, чтобы деловая коммуникация (будь то межведомственная либо межуровневая) была успешной. Еще один пример – руководители избирательных штабов кандидатов (в президенты, депутаты, губернаторы, мэры и т.д.), успешность работы которых во многом определяется способностями оказывать влияние на формирование коллективных представлений как членов штаба (представителей разных профессиональных сред и культур), так и избирателей (которые, естественно так же не однородны в социальном, экономическом и культурном измерениях).

Осознавая, что культурный капитал может быть одновременно активом для личного благополучия (экономического, социального) и фактором межкультурной (в том числе политической: в отношениях власти и подчинения) коммуникации, мы можем ставить перед собой задачу выработки социальных технологий воспроизводства культурного капитала трансляторов коллективных представлений (памятуя об ограничениях на предмет наших исследований, которые мы искусственно установили) в регионах России.

Однако, учитывая пока гипотетическую зависимость (чем больше культурный капитал, тем выше вероятность стать лидером мнений), задача построить теоретическую модель культурного капитала и методiku его эмпирического измерения, выявить факторы его воспроизводства, спроектировать решения по технологическому сопровождению процесса эффективного воспроизводства культурного капитала, потребует не простых усилий. Изучение различных аспектов состояния культурного капитала, похоже заслуживает набора мини-исследований, для каждого из которых нужны своя методика и свой язык.

Философская часть измерения культурного капитала отвечает за концептуализацию, выстраивание исследовательской логики, исследование идеологических аспектов

публичных коммуникаций, анализ и обобщение эмпирических данных с точки зрения общемировоззренческих вопросов.

Социологическая часть предполагает выбор валидной методики получения первичной социальной информации, проведение полевых исследований (наблюдение, массовые и специализированные опросы), математическую обработку данных и их анализ с точки зрения теоретических построений П. Бурдьё, Д. Тросби, Р. Коллинса и с опорой на теорию коммуникаций при проведении контент-анализа источников массовой информации, оценки популярности и одобрения публичных мнений и их трансляторов.

Наконец, политологическая часть исследований должна предполагать, опираясь на результаты социологов и вторичную исследовательскую информацию, истолкование природы, факторов и условий воспроизводства культурного капитала, установление зависимостей между культурным и политическим капиталами, в том числе в отношении вероятности их взаимной конвертации; описание вариантов применения разработанной технологии и прогнозирование последствий этого применения.

Список литературы

References

1. Беляева Л.А. 2013. Культурный и социальный капитал и напряженность социального пространства России. *Общественные науки и современность*. № 5: 51-64.
2. Belyaeva L.A. 2013. Kul'turnyj i social'nyj kapital i napryazhennost' social'nogo prostranstva Rossii. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. № 5: 51-64.
2. Бурдьё П. 2002. Формы капитала. *Экономическая социология*, 3 (5): 60-74.
- Bourdieu P. 2002. *Formy kapitala [Forms of capital]*. *Economic sociology*, 3 (5): 60-74.
3. Коллинс Р. 2002. Социология философий. Глобальная теория интеллектуального изменения. Новосибирск: Сибирский хронограф: 1280.
3. Collins R. 2002. *Sociologiya filosofij. Global'naya teoriya intellektual'nogo izmeneniya*. [The Sociology of Philosophies: A Global Theory of Intellectual Change] Novosibirsk: Sibirskij hronograf: 1280.
4. Миронов Б. 2006. «Ученость – вот чума, ученость – вот причина...»: культурный капитал России за 1000 лет. *Родина*. № 6: 2-8.
- Mironov B. 2006. «Uchenost' – vot chuma, uchenost' – vot prichina...»: kul'turnyj kapital Rossii za 1000 let [Cultural capital of Russia over a thousand years]. *Rodina*. № 6: 2-8.
5. Сафонова Т.В., Соколов М.М. 2005. Представление себя культурным в повседневных взаимодействиях. *Социологический журнал*. № 1: 37-50.
- Safonova T.V., Sokolov M.M. 2005. *Predstavlenie sebya kul'turnym v povsednevnyh vzaimodejstviyah* [Representing oneself cultural in everyday interactions]. *Sociological magazine*. № 1: 37-50.
6. Соколов М. Культурный капитал. Почему любители оперы зарабатывают больше любителей поп-музыки? // URL: <https://postnauka.ru/longreads/9644> (дата обращения: 10 мая 2019).
- Sokolov M. Kul'turnyj kapital. *Pochemu lyubiteli opery zarabatyvayut bol'she lyubitelej pop-muzyki?* [Cultural capital. Why do opera lovers earn more pop lovers?] // URL: <https://postnauka.ru/longreads/9644> (accessed 10 May 2019).
7. Тросби Д. 2013. Экономика и культура. М.: Изд. дом Высшей школы экономики: 256.
- Throsby D. 2013. *Ekonomika i kul'tura [Economics and Culture]*. М.: Izd. dom Vyshej shkoly ekonomiki: 256.
8. Шоломова Т.В. 2014. «Культурный капитал» и место в социальной иерархии как эстетическая проблема. *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*. № 1: 107-110.
- Sholomova T.V. 2014. «Kul'turnyj kapital» i mesto v social'noj ierarhii kak esteticheskaya problema [“Cultural capital” and a place in the social hierarchy as an aesthetic problem]. *Society. Environment. Development (Terra Humana)*. № 1: 107-110.
9. Burt R. 1999. The Social Capital of Opinion Leaders. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* Vol. 566 (Nov., 1999): 37-54



10. DiMaggio P. 1982. Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on Grades of U.S. High School Students. *American Sociological Review*. Vol. 47, No. 2 (Apr., 1982): 189-201

11. Goffman E. 1951. Symbols of Class Status. *The British Journal of Sociology*. Vol. 2. № 4: 294-304.

Ссылка для цитирования статьи

Reference to article

Старикова С.И. 2019. Культурный капитал и трансляция коллективных представлений. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право*. 44 (2): 344–350. DOI: 10.18413/2075-4566-2019-44-2-344-350

Saykova YU.A. 2019. Cultural capital and translation of collective representations. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Philosophy. Sociology. Lawseries*. 44 (2): 344–350. (in Russian). DOI: 10.18413/2075-4566-2019-44-2-344-350