

негативных элементов. Тем самым ментальный креативный медиатор способствует успешной декодировке и интерпретации в сознании потенциального потребителя закодированной информации рекламного сообщения при условии изоморфности информации закодированной во время запоминания с информацией, имеющейся на момент ее восстановления [8]. Ментальный креативный медиатор участвует в генерировании символического капитала, продуцируя символическое означивание рекламируемой продукции и моделей поведения, отраженных в рекламном сообщении.

Реклама, ориентированная на решение индивидуальных проблем конкретных людей, которые, в соответствии с сегментацией по различным основаниям – социально-демографическим, по выгодам, связанным с соотношением функциональной полезности и продажной цены и стоимости эксплуатации, по психографическим типам, по стилям жизни, создала качественно новую коллективность, основанную на общности символического капитала обладания, в противовес традиционным коллективным идентичностям прошлых эпох, основанных на символической идентичности принадлежности – к семье, роду, местности, сословию, религиозной конфессии, нации, профессии, политическому направлению и т. п.

В противовес интегрирующему символическому общему вкладу в коллективный символический капитал, современный новый коллективизм основан на обладании распределенным символическим капиталом. Начав в дифференциации по обладанию финансовыми и социальными ресурсами, капитализм завершил свою дифференцирующую миссию дифференциацией по объему обладания символическими ресурсами или их симулякрами, и в этом процессе огромную роль

играют культурные индустрии, производящие символический капитал.

Литература и примечания

1. *Peters T.* Liberation Management. L., 1992. P. 649.

2. *Rheinfrank J.* The Technological juggernaut: objects and their transcendence // *The Edge of the Millenium.* N. Y., 1993. P. 125.

3. *Лебстайн Х.* Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса // *Вехи экономической мысли, теория потребительского поведения и спроса.* СПб., 2001. С. 304–326; *Долгин А. Б.* Экономика символического обмена ... С. 249.

4. На это обратил внимание Ж. Бодрийяр, который не без основания считал, что деградировавшая социально-символическая и функциональная значимость отдельных предметов быта (сломанный телевизор, неработающие часы и т.п.) в одном обществе может возрастать, в зависимости от социально-культурного контекста, в другом обществе.

5. *Долгин А. Б.* Экономика символического обмена ... С. 251, 375. *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономики. М., 2004.

6. *Scitovsky T.* What's Wrong with Mass Production // *Cultural Economics: the Arts, the Heritage and the Media Industries.* Cheltenham, 1997. Vol. 1. P. 109.

7. *Myers J. H., Alpert M. L.* Semantic Confusion in Attitude Research: Saliency versus Importance versus Determinance // *Advances in Consumer Research. Proceedings of the 7th Annual Conference of the Association of Consumer Research.* N. Y., 1976. P. 106–110.

8. *Tulving E.* *Elements of Episodic Memory.* Cambridge, 1983.

K. M. MARTIROSYAN. SOCIO-CULTURAL PRODUCTION OF SYMBOLIC CAPITAL IN THE CULTURAL INDUSTRIES

Article characterizes the cultural industry, which emerged in the process of development of the mass industrial society and turned into considerable sector of modern cultural Economics. Special attention is paid to the symbolic capital and its role in modern society.

Key words: *cultural industry, socio-cultural production, symbolic capital.*

А. В. КУДИНОВА

О МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДАХ К КОНЦЕПЦИИ КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА

Автор затрагивает вопросы определения границ применения и содержательной стороны культурного капитала, что представляется важным для дальнейшего исследования нематериальных форм капитала и их роли в деятельности ЮНЕСКО и в дальнейшем развитии общества.

Ключевые слова: *культурологические исследования, социальный капитал, культурный капитал.*

В настоящее время в мировой науке существует методологический подход к культуре как

«социальному производству и воспроизводству ощущения, смысла и сознания» [1]. А методология

информационного подхода к культуре П. Ю. Черносвитова, позволяет рассматривать Мир Культуры как одновременно пребывающий в сфере ментального в Мире Информационном и в материализованных формах совокупных культурных «фенотипов» в Мире Материальном [2].

Поэтому социально-коммуникативная сфера человеческой деятельности, характеризующаяся транзакциями информации в различной форме, предстает как часть культурного капитала. В конечном итоге и поведенческие модели, и образовательные компетенции представляют собой ни что иное как форму трансляции информации, наделенной с помощью различных систем кодирования содержанием и смыслом. Естественно, что культурный капитал способен, согласно справедливой точке зрения В. В. Радаева, конвертироваться в экономический, в том числе в его денежную форму, являющуюся символической формой его существования. Образовательные компетенции и полученный в результате доступ к релевантному пониманию информации позволяют человеку сформировать определенные конкурентные преимущества, которые могут быть трансформированы в высокий экономический статус [3].

Примечательно, что после известного импульса интереса к культурному капиталу этот «концепт» гуманитарного знания к началу «нулевых годов» XXI века оказался на периферии исследовательского интереса. С другой стороны, концепция «культурного капитала» стала активно использоваться в прикладной политике и международном культурном сотрудничестве. Например, в 2004 году ЮНЕСКО был предложен для обсуждения текст предварительного проекта «Конвенции об охране разнообразия культурного содержания и форм художественного самовыражения», содержащий определения культурного капитала. В этом документе культурный капитал определялся как «материальные или нематериальные элементы, имеющие ценность или культурную значимость, которые унаследованы из недавнего или далекого прошлого, забота о которых осуществляется в настоящее время и которые передаются будущим поколениям. Элементы культурного капитала, являясь достоянием, появившимся благодаря человеческому творчеству и ресурсам, существуют в форме произведений искусства, зданий и объектов, обычаев и традиций и т. д.». В данном определении отразился скорее культурный профиль ЮНЕСКО, нежели концептуальный подход к разработке понятия «культурного капитала».

Впрочем, когда речь о правительственных и муниципальных программах, в том числе и новых членов Евросоюза, таких, например, как Латвия, наблюдается отход от такого рода ограничений сферой собственно культуры и культурной политики. Достаточно широким оказалось определение культурного капитала в «Стратегии устойчивого развития Латвии до 2030 года». Наряду с

выделенными в тексте «Стратегии» природным и экономическим капиталом, культурный капитал в ней определялся как унаследованные от прежних поколений и новые материальные и духовные культурные ценности, которые при целенаправленном и творческом использовании могут создавать и создают новые экономические, социальные и культурные ценности. Аналогичным образом осуществляется и планирование использования и развитие муниципального городского капитала [4].

Важным шагом в развитии концептуальных подходов к культурному капиталу представляется работа украинского ученого А. С. Голикова. Он попытался расширить его рамки сложившегося в начале нулевых лет методологического подхода. Харьковский ученый понимает под культурным капиталом «не единую, фрагментированную и зачастую эклектичную исторически конкретную систему конвенциональных характеристик актора, которые обладают ресурсной природой в социокультурной сфере значимостей и значений, освоены актором до такой степени, что могут быть не только использованы им, но конвертированы или инвестированы, обладают способностью к (само) приращению, и выражены в форме знаний, умений, навыков, компетенций, доступов и возможностей» [5].

А. С. Голиков выделил и описал пять свойств культурного капитала:

- субъектность или освоенность капитала, которая инкорпорирует культурный капитал в различные системы человеческой деятельности;

- «потенциал конвертации и самоприращения («капитальность» в марксистском понимании данного феномена)»; согласно пониманию К. Маркса, на которого ссылается А. С. Голиков, стоимость капитала «сама изменяет свой размер, отталкивает себя как дополнительную стоимость от себя самой как первичной стоимости, самовозрастает» [6]. Как представляется автору, стоимость в культурном капитале, как и в символическом, является переменной величиной, способной как к возрастанию, так и к понижению – об этом, например, свидетельствует колебание курсов акций, валют и т. д., не говоря уже о колебаниях стоимости, например, художественных произведений; с этой точки зрения целесообразным представляется в качестве константного свойства культурного капитала выделить «потенциал конвертации»;

- «существование, легитимация и функционирование в (социо) культурной сфере», которая определяется Голиковым, прежде всего, «как сфера значимостей и значений»; понимание символической сущности как одной из сторон природы культурного капитала позволяет автору утверждать, что культурный и символический капитал в литературе искусственно разделены отнесением символического капитала к сфере политики и управления. Как представляется

автору, культурный капитал имеет в своей основе информационную природу, которая, благодаря символическому кодированию и декодированию информации позволяет рассматривать его и как символический капитал, что предполагает одно общее имманентное основание его интерпретации, присущее культурному капиталу – социальный символизм (на это обратил внимание и сам П. Бурдьё [7]; в свою очередь, такая интерпретация внутренней природы культурного капитала позволяет автору использовать термин социокультурный капитал;

– наличие моделей деятельностного использования информации в повседневных социальных практиках;

– возможность конвертации культурного капитала в «другие рыночно значимые формы капиталов»; здесь необходимо пояснить, что наряду с прямой оценкой стоимости социокультурных активов существует превращенная стоимость, которая может быть оценена путем вычисления альтернативной стоимости потраченного времени и ресурсов на замещающие виды деятельностной активности индивида и их среднюю стоимость для общества (например, по методике Г. Беккера или на основании теории домашнего производства Беккера-Ланкастера, созданной американскими экономистами в середине 1960-х годов на волне поиска новых экономических теорий) [8]. В рамках данного подхода время рассматривается в качестве ограниченного ресурса подобно иным факторам, имеющим стоимостное выражение.

Современные работы российских ученых основываются на методологическом подходе к культурному капиталу П. Бурдьё и обращены преимущественно к прикладным проблемам изучения социокультурного капитала. Можно назвать работы М. В. Матецкой, М. А. Ласточкиной, М. А. Антоновой и др. [9]. Аналогичная тенденция наблюдается и в работах зарубежных ученых - Фрея

Рассмотрев различные методологические подходы к культурному капиталу, можно сделать следующие выводы:

– концепт «культурный капитал», сформулированный в рамках социологической парадигмы П. Бурдьё и ориентированный на образовательно-компетентностный подход к индивиду, представляется на сегодняшний момент не удовлетворяющим потребности исследования развития культуры и создания духовных и материальных артефактов и их использования в человеческой деятельности;

– выделение символического капитала в политической и административно-управленческой сферах представляется неоправданным с точки зрения информационно-коммуникативного основания культурного капитала – по мнению автора, символический капитал целесообразно рассматривать как системообразующий элемент социокультурного капитала, продуцирующего не

только социокультурный контекст общественного развития, но и ценности и смыслы, наполняющие этот контекст конкретно-историческим содержанием и выступающие в качестве важнейших социальных регуляторов человеческой деятельности от индивидуальной мотивации и целеполагания до групповых взаимодействий и стратегий;

– учитывая вышеприведенные соображения, по мнению автора, целесообразно сформулировать концепт социокультурного капитала как специфической формы капитала, имеющей меновую стоимость и способную к трансформации при определенных условиях в другие формы капитала.

В основе системообразующих элементов социокультурного капитала лежит, согласно определению П. Бурдьё, «форма знания, интернализированный код или когнитивная собственность, которая дает социальному агенту способность ощущения и оценки чего-либо или компетенция в дешифровке культурных отношений или культурных артефактов» [11].

Литература

1. *O'Sullivan T. Concepts in Communications and Cultural Studies. L., 1994. P. 68.*
2. *Черносвитов П. Ю. Закон сохранения информации и его проявления в культуре. М., 2008. С. 145.*
3. *Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация. С. 29–30.*
4. *Стратегия устойчивого развития Латвии до 2030 года. Рига, 2010. С. 116; Edmonton Cultural Capital. Analysis of Findings Benchmark Study. URL: <http://www.edmontonculturalcapital.com/docs/LegerBenchmarkReport.pdf>; Cultural Capital Counts. Manual on Identifying Intangible Cultural Resources. URL: <http://www.culturalcapitalcounts.eu/images/pdf>.*
5. *Голиков А. С. Капиталы, ресурсы, доступы, возможности: констеллятивный дизайн социокультурных неравенств. URL: <http://www.dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/4776/2/Golikov.pdf>.*
6. *Маркс К., Энгельс Ф. Избр. соч.: в 9 т. Т. 1. М., 1987. С. 147.*
7. *Бурдьё П. Социология социального пространства. СПб., 2005. С. 80.*
8. *Becker G. S. A Theory of the Allocation of Time // The Economic Journal. 1965. P. 494–515; Lancaster K. J. A New Approach to Consumer Theory // The Journal of Political Economy. 1966. Vol. 74. P. 132–157.*
9. *Гордин В. Э., Матецкая М. В., Хорева Л. В. Диссеминация культурных ценностей и продуктов: коммерческий и некоммерческий подходы // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2011. № 4. С. 42–50; Матецкая М. В. Подходы и методики оценки культурных индустрий: социально-экономические аспекты //*

Креативные индустрии в городе: вызовы, проекты и решения: сб. науч. ст. студентов и преподавателей НИУ ВШЭ / отв. ред.: Ю. О. Папушина, М. В. Матецкая. СПб., 2012. С. 104–121; Ласточкина М. А. Социокультурные факторы модернизации региона // *Фундаментальные исследования*. 2012. 3 (2). С. 146–151; Антонова М. А. Культурный капитал населения региона // *Проблемы развития территории*. 2012. Т. 58. Вып. 2. С. 62–69; Золотарева Н. В., Курьянова Т. С., Рындина О. М. Капитализация культурного наследия народов Западной Сибири // *Вестник Томского государственного университета*. 2013. № 3 (71). С. 49–57.

10. *Hesmondhalgh D.* Cultural Industries. London, 2002; *Noonan D.* Contingent valuation of cultural resources: a meta-analytic review of the literature // *Journal of cultural economics*. 2003. № 27, 2003. P. 159–176; *Michalos A. C.* Arts and the Quality of Life: An Exploratory Study // *Social Indicators*

Research. 2005.V. 71. P. 11–59; *Throsby D.* Regional Aspects of Heritage Economics: Analytical and Policy // *Australasian Journal of Regional Studies*. 2007. V. 13(1). P. 21–30; *Frey B. S.* What values should count in the arts? The tension between economic effects and cultural value // *Beyond Price: Value in Culhre, Economics, and the Arts*. Cambridge ; New York, 2008. P. 261–269; *Bucci A., Segre G.* Human and cultural capital complementarities and externalities in economic growth: Working Papers DEAS, 07.February.2009.URL: <http://www.economia.unimi.it/>; *Bukowska X., Jewdokimow M., Markowska B., Winarsky P.* Kapitał kulturowy w działaniu. Studium światów społecznych Białowieży. Warszawa: Uniwersitet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, 2013.

11. *Bourdieu P.* Outline of a Sociological Theory of Art Perception // *The field of cultural production*. Cambridge, 2007. P. 215.

A. V. KUDINOVA. ABOUT METHODOLOGY OF THE CONCEPT OF THE CULTURAL CAPITAL

The author touches issues of determining the limits of application and content of cultural capital, which is important for further investigation of intangible forms of capital and their role in the activities of UNESCO in the future development of society.

Key words: cultural studies, social capital, cultural capital.

