

конечности глазах. Как и излом бровей, это выдает муку и страдание человека, трагический финал жизни которого был напрямую воплощением воли его ученика – одного из самых отъявленных негодяев, оставивших кровавый след в истории Рима. Огненный цвет полотна выступает знаком нероновских злодейств: идеи поджечь город, выступавший в качестве «декораций театра». Так прием контраста позволяет осознать значительность, эпичность персонажа. В орбиту портретирования вошла вся прожитая Сенекой жизнь, включая ее исторические и географические (Рим времен правления Нерона), а также социальные (воспитатель, наставник, философ) и культурологические (жизнь как текст культуры) обстоятельства осмысления изображенной личности.

Изложенное дает основание положительно ответить на поставленный нами вопрос о том, действительно ли свойственные художественному

портретированию функции и соответствующие им типы портрета отвечают опыту визуализации.

Литература

1. Жесты // Энциклопедия символов, знаков, эмблем. М.; СПб., 2005. С. 173–176.
2. Йейтс Ф. Искусство памяти. СПб., 1997. С. 4.
3. Волкова П. Реинтерпретация в современном искусстве: опыт осмысления. Saarbrücken, 2012. С. 133.
4. Купровская Е. Эдисон Денисов и живопись: поиски параллелей. Екатеринбург, 1996. С. 17.
5. Подробнее см.: Богин Г. Субстанциальная сторона понимания текста. Тверь, 1993.
6. Волкова П. Реинтерпретация в современном искусстве ... С. 134.
7. Шульгин Д. Признание Э. Денисова: по материалам бесед. М., 1998. С. 319.

P. V. NEVSKAYA. VISUALITY IN THE ASPECT OF ARTISTIC PORTRAITURE (On the material of the painting of Paul Klee «Senecio»)

Making an attempt to consider the relevant for artistic portraiture functions such as informational, evaluating and analytical in the light of the visuality, the author of the article carries out the analysis of one of the pictures painted by P. Klee.

Key words: *portrait, visuality, nonverbal communication, gesture, posture, color.*

К. М. МАРТИРОСЯН

СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: МЕТОДОЛОГИЯ АНАЛИЗА

В статье содержится обзор эволюции и современного состояния методологии исследований по проблеме символического капитала.

Ключевые слова: *капитал, символический капитал, социально-культурная система.*

Символический капитал является одной из древнейших форм капитала, возникших до появления денежных единиц как специфической формы меновой стоимости. Производство и использование символических изображений, украшений, одежды, ритуально-символические действия не только наполняли социально-культурную деятельность человека социальным смыслом, но и обеспечивали стратификацию в рамках процессов социально-культурной дивергенции, социально-культурную самоидентификацию, социально-культурную идентичность в рамках процессов социально-культурной конвергенции. Видный представитель неокантианской научной школы Э. Кассирер уже в середине XX века писал о роли символических мифологических форм в организации и конструировании пространств человеческих сообществ, опираясь на то, что сознание индивида обладает способностью конструировать, осуществлять организацию и стратификацию чувственно воспринимаемых объектов окружающей среды [1].

Еще дальше в этом направлении анализа роли символических систем пошел один из классиков структурно-функционального подхода Т. Парсонс, утверждавший: «Социальная система состоит из множества индивидуальных акторов, взаимодей-

ствующих друг с другом в ситуации, имеющей, по крайней мере, физический аспект и аспект внешней среды; акторов, которые мотивированы согласно тенденции к “оптимизации удовольствия” и чье отношение к обстоятельствам (и друг другу в том числе) определяется и осуществляется в соответствии с системой структурированных культурой коллективных символов» [2].

Расматривая социально-культурную систему (в его терминологии – культурную систему), Т. Парсонс придал центральное значение интеграции ценностных образцов и потребностных диспозиций акторов социальной системы, взаимодействующих в соответствии со своими социально-ролевыми статусами. Он уточнил: «совокупность ценностных образцов», приобретаемая актерами в процессе социализации и взаимодействия, в значительной степени становится «функцией фундаментальной родовой структуры и преобладающих в социальной системе ценностей» [3].

Особо подчеркивая роль культуры – то, что она обладает интегрирующим свойством по отношению к другим подсистемам социальной системы, Т. Парсонс акцентировал внимание на существовании культуры в форме запаса знаний, символов и понятий, которые доступны социетальной и

личностной подсистемам, но не тождественны им (обладают по отношению к ним автономией).

Параллельное развитие теории систем в рамках американской экономической науки сформировало направление, изучавшее так называемое домашнее производство или производство этих удовлетворения (Г. С. Беккер, К. Дж. Ланкастер) [4]. Как полагают ученые-экономисты, создавшие теорию домашнего производства, потребители социально-культурных благ сами участвуют в создании конечного удовлетворения от процесса и результатов комбинации ресурсов (x) и времени (t): $S_{ij} = S_{ij}[x_1, x_2, \dots, t, E]$, где функция домашнего производства обозначена S_{ij} , под S_i подразумевается удовлетворение, к которому стремится индивид j , под x – искомое индивидом благо, под t – личное время индивида, под E – ситуационные факторы. Акцент при этом они делали на времени (t) как ограниченном ресурсе наряду с другими факторами, участвующими в производстве конечного удовлетворения [5]. Причем, «когда уровень дохода на душу населения повышается относительно доступного количества товаров <...> ценности времени в сравнении с ценностью этих товаров также увеличивается. Повышение относительной ценности времени ведет к эффекту замещения в функции домашнего производства в том смысле, что потребитель заинтересован расходовать свое время более экономично» [6]. Обозначив функцию полезности индивидуального потребителя социально-культурных благ U_j , получаем: $U_j = U_j$ (по Ламбену, комфорт, удовлетворение, стимуляция). В этом случае применима формула

$$T = t(w) + \sum_{i=1}^n t(i),$$

где бюджет рабочего времени вне дома обозначен как $t(w)$, а интервалы времени вне работы, затраченные на отдых, сон и домашнее производство обозначаются $t(i)$. При этом – подчеркивает отецственный ученый А. Б. Долгин – нельзя забывать о субъективности оценки ценности времени индивидами [7].

Понятие полезности может выражаться лишь в соответствии с индивидуальными предпочтениями потребителей социально-культурных благ: «Люди желают обрести вознаграждающие переживания. Что считать вознаграждением – вопрос индивидуального решения; оно меняется в зависимости от вкусов, стандартов, верований и целей, и эти изменения сильно зависят от личности индивида и культурной среды» [8]. В таком случае, по Ж. Ж. Ламбену, функция полезности приобретает для индивидуального потребителя следующее выражение: $U_j = U_j[S1j, S2j \dots Sij \dots Snj]$, где S_{ij} обозначают уровни удовлетворения индивида i . Как подчеркнул Д. Тросби, культурные блага многогранны и декомпозитивны: можно выделить различные ценностные аспекты – духовные, социальные, исторические, символические и эстетические [9]. У идеи «декомпозиции» культурных ценностей нашлись многочисленные противники, но несомненным остается тот факт, что, в конечном итоге, человек как создатель и потребитель социально-культурных благ стремится к максимизации функций индивидуальной или коллективной полезности.

Г. С. Беккер позднее посвятил специальную работу человеческому капиталу: подразумевая культурные и профессиональные компетенции индивида, развил свой концептуальный подход, назвав объект исследования *intangible capital* (неосязаемый капитал).

Итак, исследуя обмен внутри социальной системы и между образующими ее подсистемами, Т. Парсонс обратил внимание на центральную роль в соответствующих процессах символических средств обмена – эквивалентных, но не сводимых к деньгам (политическая власть и влияние, ценностные предпочтения и идентификаторы), сформулировав тем самым теорию символических средств обмена [10]. Это позволило придать всей структурно-функциональной теории известную динамику [11]; по Дж. Александру, на основе вывода Т. Парсонса о символических средствах можно было сделать предположение о наличии производства и производителей этих символических средств. Данный подход к решению фундаментальной проблемы во многом отвечал на сформулированный П. Козном (и оставшийся без ответа в конце 1960-х годов) вопрос о методах анализа и измерения вклада подсистем в систему в целом, т. е. об инструментарии, который необходим для выявления роли и значимости каждой из изучаемых подсистем [12].

Интересно, что в начале 1970-х годов Т. У. Шульц в статье, посвященной инвестициям в человеческий капитал, высказал предположение о том, что любая продуктивная человеческая деятельность способна создавать продукт, который может быть превращен в капитал и приобрести меновую стоимость [13]. Одновременно с ним другой американский социолог, К. Поланьи, заключил: «Ни один объект не является по существу деньгами, а любой объект при соответствующих обстоятельствах может функционировать как деньги. Воистину, деньги – это система символов, аналогичных языку, письменности или весам и мерам» [14]. Уже у Аристотеля можно найти высказывание о деньгах как символической форме капитала: «Деньги возникли путем соглашения, не из природы вещей, а путем закона» [15].

В начале 1980-х П. Бурдые в статье «Формы капитала» впервые называет среди различных форм неосязаемых активов или неосязаемого капитала символический капитал. На его позицию, по всей видимости, оказали влияние и работы Р. Барта, Ж. Бодрийяра, посвященные символическому в современном мире [16]. По крайней мере, во второй половине XX века идея символического капитала уже витала в воздухе. С. Московичи писал, что «деньги – это произвольный знак, который изобретается и замещает другие знаки в самых разнообразных формах»; в соответствии с действием закона унификации осуществляется «переход осязаемых денег в деньги символические, а затем в деньги семиотические, каковыми и являются наши деньги», которые «обеспечивают, особенно в современном мире, преобладание системы представлений, т. е. условностей и символов, над совокупностью предметов и действительных отношений» [17].

Под символическим капиталом П. Бурдые предложил понимать «капитал в любой его форме, представляемой (воспринимаемой) символически

в связи с неким знанием или, точнее, узнаванием или неузнаванием», что «предполагает влияние габитуса как социально сконструированной когнитивной способности»; в роли символического капитала могут выступать все другие виды капитала. Первый встроен посредством габитуса в социальное пространство, позволяющее формировать, легитимировать и накапливать символический капитал с помощью символического конструирования в качестве универсального ресурса: «Символический капитал означает доверие, признание власти тех, кто занял соответствующее положение» [18]. Символический капитал в концептуальном подходе П. Бурдьё представляет собой «своего рода аванс, задаток, ссуду, которые одна лишь вера всей группы может предоставить давшему ей материально-символические гарантии». По мнению, разделяемому практически всеми последователями его методологии, это «капитал чести и престижа, который производит институт клиентелы» [19].

Развивая методологию П. Бурдьё в рамках микро-социологического дискурса, В. В. Радаев опередил символический капитал как «способность человека к производству мнений. В инкорпорированном состоянии он означает наличие легитимной компетенции (*legitimate competence*) – признаваемого права интерпретировать смысл происходящего; говорить, “что есть на самом деле” (например, какова “истинная ценность” того или иного капитала). Это также способность навязывать определенное понимание другим агентам. Важнейшую роль в его функционировании играет манипулирование разными способами оценок имеющихся и потенциальных ресурсов (символическое насилие). В этом отношении все прочие виды капитала зависят от символического капитала» [20].

По замечаниям современных исследователей, «символический капитал стал силой, в некоторых случаях даже превышающей значение других форм накопления», роль нематериальных активов в деятельности фирм, создающих брендируемые товары, усиливается, потому что символическая стоимость становится главным источником прибыли. Особое значение этому фактору приписывают в политических науках, в спорте, на рынках произведений искусства и в культурных индустриях [21].

Всестороннее освещение проблемы символического капитала осуществлено в монографиях А. Б. Долгина по современной экономике. Он, в частности, указывает: «Ценности располагаются в головах, а проявляются через обмен. И чем он насыщенней и зримей, чем богаче статистика актов мены, тем четче видно, с чем люди готовы расстаться, приобретая тот или иной товар / услугу» [22].

Исследователи отмечают легкость конвертации в другие формы, конвенциональность символического капитала. Номинирование (означивание) символов осуществляется на основе признания права на номинирование – прежде всего, в рамках социального поля, в котором действует носитель данного символического капитала; это осуществляется в рамках исторически сложившейся традиции, либо в сферах влияния тех или иных политических институтов и корпоративных экспертных сообществ.

Символизация в социальных системах и социальных отношениях имеет глубокие исторические корни. Их можно проследить от сакральных предметов родового быта в первобытных сообществах; культовых объектов, знаков власти и социальной стратификации или социально-корпоративной принадлежности, священной атрибутики и религиозных авторитетов (жития святых, церковно-исторические артефакты-реликвии) в эпоху Средневековья – до современности, с ее «звездами» шоу-бизнеса и киноискусства, «иконами стиля», харизматическими политиками, «предписантами» в различных отраслях и сферах жизни.

С развитием СМИ и усложнением структуры социально-коммуникационных полей произошло разделение знаков на обозначающие (символизирующие) и их подобия (симулякры), означивание которых не соответствует их содержанию, однако приобретает самодовлеющее значение, не являясь референтными по отношению к явлениям реальности [23].

Средства массовой информации коммуникации превратились не только в канал ретрансляции смыслов, но и в важнейшие предприятия по их производству, создавая интерпретацию реальных событий или их подобия-симулякры; наделяя смыслами, продуцируемыми в рамках требований целевой аудитории; формируя тем самым ценностные основания, предлагаемые (подчас искусственно внедряемые, навязываемые) целевым контактными аудиториям.

Литература

1. *Cassirer E.* The myth of the state. New Haven, 1946. P. 16.
2. *Parsons T.* Toward a general theory of action. Cambridge (Mass.), 1951. P. 5–6.
3. *Parsons T.* Social structure and personality. N. Y., 1970. P. 82.
4. *Becker G. S.* A theory of the allocation of time // *The economic journal*. 1965. Sept. P. 494–517; *Lancaster K. J.* A new approach to consumer theory // *The journal of political economy*. 1966. Vol. 74. P. 132–157.
5. *Ламбен Ж. Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. М., 1996. С. 102, 165.
6. *Rosa J. J.* Vraies besoins // *L'Économie retrouvée*. Paris, 1977. P. 165.
7. *Долгин А. Б.* Экономика символического обмена. 2-е изд, доп. М., 2007. С. 352 и след.
8. *Abbot L.* Quality and competition. N. Y., 1955. P. 41.
9. *Throsby D.* Economics and culture. N. Y., 2001.
10. *Parsons T.* Social structure and the symbolic media of interchange // *Approaches to the study of social structure*. N. Y., 1975. P. 98–99.
11. *Alexander J. G.* Theoretical logic in sociology // *The modern reconstruction of classical thought: Talcott Parsons*. Vol. 4. Berkeley, 1983. P. 115.
12. *Cohen P.* Modern social theory. N. Y., 1968.
13. *Schultz T. W.* Investment in human capital // *The Press*. N. Y., 1971. P. 178.
14. *Polanyi K.* Primitive, archaic and modern economics. Boston, 1971. P. 175.
15. *Апустомель.* Никомахова этика. М., 1981. С. 210.
16. *Барм П.* Мифологии. М., 1996; *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М., 2000.

17. *Московичи С.* Деньги как страсть и как представление // *Машина, творящая богов.* М., 1998. С. 376–406.

18. *Бурдые П.* Формы капитала // *Экономическая социология (ЭС).* 2002. № 5. С. 60. URL: <http://www.ecsos.msses.ru>; *Он же.* Социальное пространство и символическая власть // *THESIS.* 1993. Вып. 2. С. 142, 149.

19. *Бурдые П.* Практический смысл. СПб., 2001. С. 235, 231.

20. *Радаев В. В.* Понятие капитала, формы капитала и их интерпретация // *ЭС.* 2002. № 2–3. С. 28. URL: <http://www.ecsos.msses.ru>

21. *Еремеева В. Ф.* Символический капитал: растущие котировки // *Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях.* Пенза; Прага, 2011. С. 143; *Горц А.* Знание, стоимость и капитал. К критике экономики знаний // *Логос.* 2007. № 4 (61). С. 38; *Гравер А. А.* Символические капиталы путинской России в мир-системе XXI века: опыт изучения // *Вестник Томского государственного университета.* 2010. № 3 (11). С. 99–118; *Гофман А. Б.* Мода и люди. Новая теория модного поведения. М., 1994; *Нордстрем К.,*

Роддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб., 2000; *Василенко И. А.* Символический капитал культуры в реалиях глобальной геополитической борьбы // *Трибуна русской мысли.* 2002. № 1. URL: <http://www.cisdf.org>; *Нестик Т.* Труд, капитал, энергия. URL: <http://www.situation.ru>; *Мещераков Т. В., Тихонова Н. С.* Территориальный брендинг. СПб., 2008; *Максимович Д.* Символический капитал власти и средства массовой коммуникации в информационном обществе: методология соц.-филос. исслед. и соц.-полит. практики: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2011; *Иванов М. М.* Символический капитал работника как средство реализации карьеры: автореф. дис. ... канд. социолог. наук. М., 2011; *Демидова М. В.* «Символический капитал»: соц.-филос. анализ. URL: <http://sibac.info>; *Львофф Б.* СМИ как пространство обращения капитала известности. URL: <http://politlogia.narod.ru/ТЕМАТИКА/infopolbnika> и др.

22. *Долгин А. Б.* Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. М., 2010. С. 106.

23. *Baudrillard J.* Simulacra and simulation. East Lansing, 1996.

K. M. MARTIROSYAN. THE SYMBOLIC CAPITAL: METHODOLOGY OF THE ANALYSIS

Evolution and current state of the methodology of research of the symbolic capital are considered in the article.

Key words: capital, symbolic capital, social and cultural system.

ВЫСТАВКА К ЮБИЛЕЮ ПЕРВОЙ КУБАНСКОЙ ГАЗЕТЫ

«К истокам кубанской прессы» – такой выставкой отметил наш литературный музей 150-летие «Кубанских войсковых ведомостей». У первой в Кубанской области газеты было свое лицо, своя неповторимая биография, отраженная в судьбах редакторов и авторов, которые ее создавали.

Известно, что положение об издании провинциальных «Губернских ведомостей» было официально утверждено в 1830-м, а сеть губернских газет начала складываться со второй половины 1850-х годов. По окончании Кавказской войны реформа коснулась и Северного Кавказа: по Высочайше утвержденному 13 апреля 1858 года положению Военного Совета «Об учреждении при исполнительной экспедиции Черноморского казачьего войска особого газетного стола для издания “Черноморских войсковых ведомостей”» через несколько лет, 30 марта 1863 года начала выходить в свет первая газета в казачьем крае. Она называлась «Кубанские войсковые ведомости», печаталась в войсковой типографии, выходила раз в неделю, по субботам, и имела официальную (правительственные распоряжения и казенные объявления) и неофициальную части. На первых порах (рубеж 1860–1870-х) единичные статьи начали помещать на страницах газеты П. П. Короленко и Н. Каменев. В 1879–1893-м неофициальную часть «Кубанских областных ведомостей» возглавлял Е. Д. Фелицын. Одаренный историк-краевед сам являлся автором многих статей, публиковал архивные документы и привлекал к сотрудничеству талантливых корреспондентов. Заметный вклад в развитие «Кубанских областных ведомостей» внесли В. В. Скидан и Л. М. Мельников – ее редакторы в 1893–1897 и 1897–1902 годы. Газета служила трибуной для местных историков, педагогов, литераторов, членов Общества любителей изучения Кубанской области, таких как Ф. А. Щербина, А. Н. Дьячков-Тарасов, К. Т. Живило, В. С. Шамрай, В. М. Сысоев, М. А. Дикарев, А. Д. Бигдай, Н. Н. Канивецкий. Освещена деятельность Б. М. Городецкого, который руководил библиографической секцией и редактировал «Известия ОЛИКО», был инициатором создания многих журналов и газет: «На Кавказе» (1909–1910), «Кубанская Школа» (1914–1917), «Кубанская мысль» (1915), «Архивное дело» (1921–1922) и др.

На юбилейной выставке рядом с ранними экземплярами «Кубанских войсковых ведомостей» можно увидеть раритетные образцы екатеринодарской периодики начала XX века: газеты, выпускавшие до установления советской власти, в том числе первую большевистскую легальную газету «Прикубанская правда», выходившую с 5 мая по август 1918 года. Представлена и первая советская газета «Красное знамя», а также ее преемницы «Большевик» и «Советская Кубань» – новый этап в истории региональной печати.

Экспонируемые образцы периодических изданий и научных сборников, как и сопутствующие им предметы, извлечены из фондов Краснодарского государственного музея-заповедника им. Е. Д. Фелицына.