

УДК 008.001

DOI: 10.17223/22220836/37/2

**Г.М. Казакова**

## **КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ, КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ И ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРЫ: ПОНЯТИЙНЫЕ ПОИСКИ**

*В статье рассматриваются разница и взаимоувязанность понятий «культурный капитал», «культурные индустрии» и «индустрии культуры» по целеполаганию и смысловому наполнению. Культурный капитал существует как источник культурных благ и услуг, которые приносят пользу как в настоящем, так и в будущем. Поддержка властями процесса развития культурных индустрий благоприятно отражается и на социокультурной, и на экономической ситуации в регионах. Индустрии культуры – это специфические проявления одной отрасли экономики, а именно культуры. Перечень их и конфигурация могут быть разнообразны, могут меняться во времени и пространстве, реагировать на изменение объективной реальности и воли субъектов – пассионариев культуры.*

*Ключевые слова: культурный капитал, культурные индустрии, индустрии культуры, региональная идентичность, культурная политика.*

### **Введение**

Смысловое содержание понятий «культурный капитал» (совокупный и персональный), «культурные индустрии» и «индустрии культуры» подвижно и часто создает ситуацию взаимозаменяемости терминов, что осложняет понимание специфики обозначаемых ими феноменов.

Между тем различие этих терминов легко определяется по целеполаганию. Культурный капитал – это духовно-эстетическое и интеллектуальное коллективное и персональное культурное наследие, обладающее ресурсом создания уникального продукта. Культурные индустрии создают обладающий символической ценностью художественный продукт. А цель индустрии культуры – создание коммерческого продукта.

Однако смыслонаполнение этих понятий более глубокое и требует верификации.

### **«Культурный капитал» как разновидность физического и метафизического капитала**

В современной социоэкономической теории толкование понятия «культурный капитал» сводится к пониманию его как одного из разновидностей прочих капиталов – человеческого / социального / символического, физического / метафизического, природного / общественного. Первым ввел в научный оборот это понятие Пьер Бурдьё, который использовал его в 70-х гг. в совместной с Ж.-К. Пассероном статье «Культурное воспроизводство и социальное воспроизводство». В данной статье в центре внимания исследователя была личность, индивид. Позже в работе «Формы капитала» П. Бурдьё дает трехчастную типологию культурного капитала: инкорпорированный, объективированный и институализированный культурный капитал. Инкорпориро-

ванное состояние, по мнению исследователя, предполагало «длительные диспозиции ума и тела (язык, культура, традиции)», как сознательно приобретенные, так и пассивно «унаследованные» свойства человеческого «я» (через социализацию, традицию, культурные влияния, семью). Второй, «объективированный», капитал представляет собой физические объекты, реализуется в форме культурных товаров (картин, книг, словарей, инструментов, машин и т.д.), которые могут передаваться ради получения экономической прибыли и способствовать приобретению «символического» капитала. И, наконец, институализированный культурный капитал предполагает формирование академических квалификаций, что материализуется чаще всего в форме дипломов и аттестатов о получении образования [1]. Ресурс как потенциал превращается в капитал, по мнению П. Бурдьё, если он востребован и легитимирован как ценность. Он объединяет в себя достижения эпохи и творческие способности человека, образуя «новый культурный продукт». П. Бурдьё утверждал об особой значимости «культурного капитала» для общества и выделял необходимость «защиты» и поддержки его со стороны государства [2]. Однако он не рассматривал структуру культурного капитала.

Интерес к данной проблеме актуализировался в 90-х гг. XX в. В общественных науках появились дискуссии по проблемам культурных условий экономического развития мирового сообщества, предполагающих ответ на вопрос о культурах, благоприятствующих и противящихся экономическому развитию стран. Первоначальные попытки структурировать культурный капитал со стороны ряда исследователей были обобщены Луисом Харрисоном: он провозгласил, что «культура имеет значение», и выделил 25 признаков культурного капитала в труде «Евреи, конфуцианцы и протестанты: культурный капитал и конец мультикультурализма» [3].

Автор дает определение культурного капитала в прямой взаимосвязи с демократическими ценностями, верованиями и установками, «ведущих общество к достижению целей Всеобщей декларации прав человека ООН, а именно: в демократической форме правления, включающей верховенство права; в социальной справедливости, включающей образование, здравоохранение и благоприятные возможности для всех и в ликвидации бедности» [Там же. С. 27].

Л. Харрисон рассматривает культурный капитал как новое измерение более ранних понятий капитала: финансового / ресурсного; человеческого как качества рабочей силы и социального как тенденции поощрять объединение членов общества. При этом культурный капитал рассматривается автором как ключевое условие, способствующее росту последних [Там же. С. 12–13].

Типологизируя культурный капитал, Л. Харрисон группирует факторы капитала по 4 группам: мировоззрение; ценности и добродетели; экономическое поведение; социальное поведение. При этом выделяет два уровня культурного капитала: «высокий» и «низкий»; культуры, «тяготеющие к прогрессу и сопротивляющиеся ему». В целом теория Л. Харрисона достаточно любопытна, хотя и неоднозначна, а его попытка иллюстрирования главной мысли, что «именно культура является в значительной степени недооцененным признаком и условием прогрессивного развития территорий» на примере 117 стран, обосновывает идею «универсальной культуры прогресса». Последняя глава книги ценна тем, что содержит настоятельную рекомендацию

отстающим странам стремиться к культурным изменениям посредством действий: усовершенствования воспитания; реформ в религии, образовании; повышения ответственности со стороны средств массовой информации; внесения изменений в экономическую политику; программ развития, учитывающих культуру; повышения восприимчивости к культурным факторам в частном секторе и появления руководства, приверженного к культурным изменениям [3. С. 273].

На наш взгляд, капитализация культурных ресурсов есть не что иное, как успешная реализация потенциала культуры в регионе, которая при соблюдении определенных условий может приносить «прибыль». В результате формируется среда, которая способствует развитию творческих сил, приносит экономическую и эстетическую «прибыль», гармонизируя социальный климат в регионе, питая общественные силы региона [4]. Культурный капитал существует как источник культурных благ и услуг, которые приносят пользу как в настоящем, так и в будущем.

Концепция культурного капитала в экономическом смысле позволяет артикулировать и материальные, и нематериальные проявления культуры как долгосрочные запасы ценностей и источники материальных и нематериальных выгод для индивидов и групп.

Итак, культурный капитал – это духовно-эстетическое и интеллектуальное наследие, совокупная система ценностей, обладающие способностями и возможностями создания уникального продукта, ведущего общество к достижению гуманистических и гуманитарных целей человека и человечества. Важно, что культурный капитал имеет две проекции: совокупную – как достижения человечества и персонализированную – как ресурс личности, «локализованной в человеке культурно-исторической практики, воплощенной в телесности и практической деятельности конкретной культуры» [5].

### **Культурные индустрии как производная культурного капитала**

Культурные индустрии превращают продукт культурного капитала в культурную ценность, которая носит, как правило, массовый характер (создает «питательную среду» для творчества). Концепция культурной ценности Д. Тросби подразумевала рыночный подход к этому феномену. По мнению автора, каждое произведение искусства обладает рядом характеристик культурной ценности: аутентичной (свойства красоты, гармонии, формы и другие эстетические характеристики произведения как признанный компонент его культурной ценности); духовной (может интерпретироваться в формальном религиозном контексте); социальной (вносит вклад в понимание общества, укрепляет чувство идентичности и места); исторической (отражает условия жизни в то время, когда было создано, освещает будущее, обеспечивая чувство связи с прошлым); символической ценности (смыслообразование) и ценности подлинности (произведение искусства является реальным, оригинальным и уникальным) [6. С. 130–133].

Уравнивание культурной ценности в правах с ценностью экономической в трудах теоретиков позволило увидеть, что культурный капитал вносит вклад в экономику, как и другие отрасли экономики. Культурное производство и потребление оказались вписаны в промышленные рамки, а производимые и потребляемые блага и услуги стали рассматриваться как товары

точно так же, как и любые другие товары, производящиеся в экономической системе.

В 80-е гг. XX в. в документе Департамента культуры, спорта и СМИ Великобритании впервые была предпринята попытка классификации культурных индустрий. К ним была отнесена «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало... и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности». Этот документ стал первой попыткой классификации культурных индустрий. К ним были причислены сферы современной производственной активности: архитектура и художественный и антикварный рынок, ремесла, дизайн, мода, производство кино- и видеопродукции, программирование, создание компьютерных игр и развлекательных интерактивных программ, музыка, исполнительские искусства, издательское дело, теле-, радио-, интернет-вещание, реклама. В настоящее время, по мнению К.М. Мартиросяна, закономерно включение в подобный перечень туризма, социально-культурного проектирования и социально-культурной анимации [7].

Последующая дискуссия по верификации понятия «культурные индустрии» привела к тому, что под данным словосочетанием стало обозначаться художественное производство, которое осуществляется методами массового тиражирования. Подробно это описал А.Я. Флиер: «Культурные индустрии – это производство непосредственно культурных или в существенной мере культурно отрегулированных феноменов, которое является более или менее массовым по своим объемам и высокостандартизированным по большинству своих характеристик». А.Я. Флиер отметил системный характер и стандартизованность как определяющие черты культурных индустрий, поскольку их задача – реализовать актуальные технологии социального производства и задать параметры создаваемых при этом продуктов. Именно эти черты (массовость и стандартизованность) отличают культурные индустрии от культурного творчества, характеризующегося новационностью, штучностью, авторской оригинальностью, высоким качеством и т.д., справедливо отмечает А.Я. Флиер [8].

То есть сложившееся понимание социальной роли культуры позволяет определить место культурных индустрий как звена, соединяющего художественные ценности и реальную жизнь. Культура воспринимается как фундамент общественно-экономического развития, в этом актуализируются ее социальная значимость и роль в общественном переустройстве.

Поддержка властями процесса развития культурных индустрий благоприятно отражается и на социокультурной, и на экономической ситуации в регионах, а именно: происходит оформление городской среды; налаженное взаимодействие творчества и коммерции открывает перспективы для модернизации культурных институтов (учреждения культуры переживают период адаптации к условиям рынка, что стимулирует их на поиск инновационных форм реализации собственных ресурсов); капитализация культуры создает условия для повышения регионального потенциала креативной экономики, экономики знаний и экономики «эмоций», которая является серьезной альтернативой сырьевой экономике; происходит конструирование региональной идентичности и повышение общего уровня культуры и качества жизни населения региона; создается символический капитал территории [9].

## Индустрии культуры в экономике

Индустрии культуры – это многозначные проявления отрасли культуры как сферы экономики. Этот термин впервые прозвучал в работе М. Хоркхаймера и Т. Адорно «Диалектика Просвещения». Авторы дали определение этому понятию как «промышленному аппарату по производству единообразных, стандартизированных новинок в сферах искусства, живописи, литературы, кино и др.», что не несет за собой ценностных ориентиров для человека, не направлено на духовное обогащение и просвещение, являясь «по сути, развлекательным бизнесом. Индустрия культуры понимается как разновидность товара, у которого есть производитель и потребитель» [10]. Перечень индустрий культуры, их конфигурации могут быть разнообразны в зависимости от природно-ландшафтных, историко-культурных, социальных, этнических, традиционных / инновационных и прочих контекстов. Эти конфигурации могут меняться во времени и пространстве, реагировать на изменение объективной реальности и воли субъектов – пассионариев культуры.

Культурный капитал, культурные индустрии и индустрии культуры становятся базовыми основаниями со значительными доходами и прибылью в современной экономике [11]. Так, например, расчеты, проведенные Европейским университетом в Санкт-Петербурге, показывают, что в 2009–2013 гг. опосредованный эффект Эрмитажа для экономики Санкт-Петербурга в среднем составлял 25,6 млрд рублей ежегодно, а для национальной экономики – 30,7 млрд. Общий экономический эффект Государственного Эрмитажа – как сумма прямого, косвенного и опосредованного эффектов – в промежуток 2009–2013 гг. составил в среднем 46–51,2 млрд рублей ежегодно, и в 2013 г. – 55–61 млрд [12].

### Заключение

Таким образом, культурный капитал представляет собой базовое основание культурной политики. Он объединяет в себя достижения эпохи и творческие способности человека, образуя «новый культурный продукт». Концепция культурного капитала в экономическом смысле позволяет артикулировать и материальные, и нематериальные проявления культуры как долгосрочные запасы ценности и источники выгод для индивидов и групп [6. С. 132].

Культурные индустрии превращают «культурный продукт» культурного капитала в культурную ценность, носящую массовый характер, создающую «питательную среду» для творчества. Именно этот уровень становится ядром культурного капитала.

Индустрии культуры становятся отраслью экономики, тиражирующей и стандартизирующей культурные достижения эпохи для массового потребителя. В итоге при взаимодействии всех трех оснований выявляются внешние изменения (материальный прирост, развитие городов, рост прибавочной стоимости культурного продукта, символически-духовный и художественный прирост, трудовой и экономический прирост) и внутренние изменения (сам человек).

Все эти тренды, на наш взгляд, должны учитываться в государственных программах развития сферы культуры, направленных на позитивное динамичное развитие территорий и эффективное включение указанных ресурсов в долгосрочные региональные социокультурные стратегии.

### Литература

1. Бурдые П. Формы капитала / пер. М.С. Добряковой; науч. ред. В.В. Радаев // Экономическая социология. 2005. Т. 6, № 3. С. 60–74.
2. Бурдые П. Социология политики. М. : Socio-Logos, 1993. 336 с.
3. Харрисон Л. Евреи, конфуцианцы и протестанты: культурный капитал и конец мультикультурализма. М. : Мысль, 2014. 286 с.
4. Федотова Н.Г. Векторы региональной культурной политики в сфере капитализации культуры // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2013. № 199. С. 17–32.
5. Андреева А.М. Культурный капитал в мировом образовательном пространстве: философско-культурологический анализ : дис. ... канд. философ. наук. Белгород, 2018. 10 с.
6. Тросби Д. Экономика и культура [Текст]. М., 2013. 256 с.
7. Мартиросян К.М. Концепт культурных индустрий и современное социально-культурное производство // Теория и практика общественного развития. 2015. № 13. С. 31–33.
8. Флиер А.Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2012. № 3 (май – июнь). URL: [http://zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier\\_Cultural-Industries/](http://zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/) (дата обращения: 01.01.2020).
9. Казакова Г.М., Рязанова А.Ю. Формирование региональной идентичности как драйвера экономического развития региона и города // Урбанистика. 2017. № 3. С. 1–10. DOI: 10.7256/2310-8673.2017.3.22480. URL: [http://e-notabene.ru/urb/article\\_22480.html](http://e-notabene.ru/urb/article_22480.html) (дата обращения: 01.01.2020).
10. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения: Философские фрагменты. М. : Медиаум ; СПб. : Ювента, 1997. С. 215.
11. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы. URL: <http://mkrf.ru/documents/programs/> (дата обращения: 01.01.2017).
12. Эрмитаж / под ред. О. Бычкова, И. Олимпиаева, О. Паченкова, Т. Шишова. Европейский университет в Санкт-Петербурге, 2014.

**Galina M. Kazakova**, South Ural State Agrarian University (Chelyabinsk, Russian Federation).

E-mail: kazakovagm@mail.ru

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kulturologiya i iskusstvovedeniye – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History, 2020, 37, pp. 14–20.*

DOI: 10.17223/2220836/37/2

### CULTURAL CAPITAL, CULTURAL INDUSTRY AND INDUSTRIES CULTURE : CONCEPTUAL SEARCHES

**Keywords:** cultural capital; cultural industries; cultural industries; regional identity; cultural policy.

The semantic content of the concepts of “cultural capital” – aggregate and personal, “cultural industries” and “industry culture” – “mobile” and often creates a situation of interchangeability of terms, which complicates the understanding of the specifics of the phenomena designated by them.

Meanwhile, the difference between these terms is easily determined by the goal-setting. Cultural capital is a spiritual, aesthetic and intellectual collective and personal cultural heritage that has the resources to create a unique product. The aim of cultural industries is to create an artistic product of symbolic value. The purpose of the industry culture is to create a commercial product.

The meaning of these concepts is deeper and requires verification.

Cultural capital exists as a source of cultural goods and services that benefit both the present and the future. Cultural capital contributes to the economy as well as other sectors of the economy. The support of the authorities for the development of cultural industries has a positive impact on the socio-cultural and economic situation in the regions, namely: there is a design of the urban environment; the established interaction of creativity and commerce open up prospects for the modernization of cultural institutions; the capitalization of culture creates conditions for increasing the regional potential of the “creative economy”, which is a serious alternative to the raw material economy; the construction of regional identity and the General level of culture and quality of life of the region's population takes place; the symbolic capital of the territory is being created. The industry culture is a specific manifestation of a sector of the economy, namely culture. The list of them and their configuration can be varied, can change in time and space, respond to changes in the objective reality and the will of the subjects – passionaries of culture.

Cultural capital, cultural industries and industry culture are now becoming the basic foundations with significant income and profit in the economy. For example, the calculations carried out by the European University in St. Petersburg, show that in 2009–2013 mediated the effect of the Hermitage for the economy of St. Petersburg the average was \$ 25.6 billion annually, and for the national economy of 30.7 billion. Total economic impact of the State Hermitage Museum – as the sum of direct, indirect, and mediated effects in the period 2009–2013 is averaged 46–51.2 billion rubles annually, and in 2013 – 55–61 billion.

In the end, the interaction of these three components of cultural policy occur external changes (physical growth, development of cities, the growth of the surplus value of the cultural product, symbolically-spiritual and artistic growth, employment and economic growth) and internal changes (the man himself).

All these trends, in our opinion, should be taken into account in the state programs of cultural development aimed at the positive socio-cultural development of territories and the effective inclusion of these resources in long-term regional strategies.

### References

1. Bourdieu, P. (2005) *Formy kapitala* [Forms of Capital]. Translated from French by M.S. Dobryakova. *Ekonomicheskaya sotsiologiya – Economic Sociology*. 6(3). pp. 60–74.
2. Bourdieu, P. (1993) *Sotsiologiya politiki* [Sociology of Politics]. Translated from French. Moscow: Sotsio-Logos.
3. Harrison, L. (2014a) *Evrei, konfutsianty i protestanty: kul'turnyy kapital i konets mul'tikul'turalizma* [Jews, Confucians, and Protestants: Cultural Capital and the End of Multiculturalism]. Translated from English. Moscow: Mysl'.
4. Fedotova, N.G. (2013) *Vektory regional'noy kul'turnoy politiki v sfere kapitalizatsii kul'tury* [Vectors of regional cultural policy in culture capitalization]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 199. pp. 17–32.
5. Andreeva, A.M. (2018) *Kul'turnyy kapital v mirovom obrazovatel'nom prostranstve: filosofsko-kul'turologicheskii analiz* [Cultural capital in the world educational environment: a philosophical and cultural analysis]. Philosophy Cand. Diss. Belgorod.
6. Throsby, D. (2013) *Ekonomika i kul'tura* [Economics and Culture]. Translated from English by I. Kushnareva. Moscow: HSE. pp. 130–133.
7. Martirosyan, K.M. (2015) The conception of cultural industries and the contemporary socio-cultural reproduction. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya – Theory and Practice of Social Development*. 13. pp. 31–33. (In Russian).
8. Flier, A.Ya. (2012) Cultural Industries in History and Contemporaneity: The Types and Technologies. *Znanie. Ponimanie. Umenie – Knowledge. Understanding. Skill*. 3. (In Russian). [Online] Available from: [http://zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier\\_Cultural-Industries/](http://zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/). (Accessed: 1st January 2020).
9. Kazakova, G.M. & Ryazanova, A.Yu. (2017) Formation of regional identity as drivers of economic development of the region and the city. *Urbanistika – Urban Studies*. 3. pp. 1–10. (In Russian). DOI: 10.7256/2310-8673.2017.3.22480
10. Horkheimer, M. & Adorno, T. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya: Filosofskie fragment* [Dialectics of Enlightenment: Philosophical Fragments]. Translated from German. Moscow: Medium; St. Petersburg: Yuventa.
11. Ministry of Culture of the Russian Federation. (n.d.) *Gosudarstvennaya programma Rossiyskoy Federatsii "Razvitiye kul'tury i turizma" na 2013–2020 gody* [The State program of the Russian Federation "Development of culture and tourism" for 2013–2020]. [Online] Available from: <http://mkrf.ru/documents/programs/>. (Accessed: 1st January 2017).
12. Bychkova, O., Olimpiyeva, I. Pachenkov, O. & Shishova, T. (eds) (2014) *Ermitazh* [Hermitage]. St. Petersburg: European University in Saint Petersburg.