

«Symbolic capital» conceptualization in sociological science

Anastasiya Yarema

Department of sociology and social work,
Lviv Polytechnic National University,
UKRAINE, Lviv, S. Bandery Street 12
E-mail: anastasiya.yarema@gmail.com

Modern society is characterized by variability and mobility of social structure and fundamental principles of its formation. The status of individuals and social groups in the social hierarchy is increasingly determined by social values, resulting in group's distribution on the scale of social importance, prestige and status.

That's why the question of analysis of the notion «symbolic capital» used in scientific literature is the issue of the day.

The most common in the sociological literature is the following interpretation of the concept of social success:

- in a broader sense: as any form of capital, recognized legitimate by members of society.
- symbolic capital is regarded as an intangible asset that can generate additional informational value in people's minds.
- in a more narrow sense, the symbolic capital is seen as a communicative repertoire of the individual or group that is partly attributable to the educational basis.
- symbolic capital is regarded as a trust, which facilitates any act of social exchange.

We propose our own definition of this category, considering symbolic capital as an active resource of popularity, authority, prestige and reputation, which is acknowledged in the society and enables its owner to influence formation of social consciousness through acknowledgement of this right as a legitimate competence.

For a complete study of the «symbolic capital» concept it's necessary to describe and separate this notion from main neighboring in sociological discourse concepts. In our opinion, prestige, popularity, prestige, and reputation are the building blocks of symbolic capital; describe the various sources of origin, storage and construction; represent some form of manifestation of the symbolic capital of social agents.

Концептуалізація поняття «символічний капітал» в соціологічній науці

Анастасія Ярема

Кафедра соціології та соціальної роботи,
Національний університет «Львівська політехніка»,
УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: anastasiya.yarema@gmail.com

У статті проаналізовано найбільш поширені в соціологічній літературі підходи до трактування поняття «символічний капітал». Автор пропонує власне визначення цієї категорії, розглядаючи символічний капітал як активний ресурс популярності, авторитету, престижу і репутації, що визнаний суспільством, і забезпечує його власнику здатність впливати на формування суспільної свідомості шляхом визнання за ним цього права як легітимної компетенції. Проаналізовано взаємозв'язок концепту «символічний капітал» з супутніми йому в соціологічному дискурсі концептами престижу, популярності, авторитету і репутації.

Ключові слова: символічний капітал, авторитет, престиж, популярність, репутація

I. Вступ

Сучасне суспільство характеризується мінливістю і рухомістю соціальної структури та основних принципів її формування. Становище індивідів та соціальних груп в соціальній ієрархії все більшою мірою детермінується системою цінностей суспільства, результатом чого є ситуативний розподіл груп на шкалах суспільної значущості, престижу, статусу [1, с. 6]. Орієнтації на соціальне схвалення, успіх, утвердження власної позиції в суспільстві, досягнення влади неминуче пов'язані з символічними ресурсами соціального агента. У зв'язку з цим символічні ресурси стають все більш вагомими у визначенні соціальних можливостей та позицій соціальних агентів у значимих сферах діяльності. Це актуалізує необхідність дослідження відповідних структуруючих принципів сучасного суспільства. В цьому аспекті поняття капіталу, на нашу думку, є найбільш релевантним інструментом для вивчення соціальних реалій, оскільки є сполучною ланкою між об'єктивними та суб'єктивними структурами.

Розширення уявлень про зміст поняття «капітал», що позначилось, перш за все, на відході від матеріалістичного бачення самої природи цього поняття, призвело до появи в науковій літературі нового терміну – «символічний капітал». У якості епістемологічної метафори термін «символічний капітал» був введений П. Бурдьє. Термін припускав настільки широку інтерпретацію, що використовувався різними авторами по-різному.

Вихідною точкою розвитку сучасної концепції капіталів були праці П. Бурдьє, Г. Беккера, Дж. Коулмана, в яких автори обґрунтували існування й значимість неекономічних форм капіталу, в тому числі символічного. В подальшому концепція

капіталу здобула розвиток у працях Р. Даля, С. Бюссе, Т. Зарицького, В. Радаєва, Н. Шматко, Ю. Качанова, Ю. Маркової, С. Переслегина, що при аналізі різних аспектів соціального життя використовували категорії концепції капіталів. Серед сучасних напрямів використання концепції капіталу слід відзначити розробки: з питань соціальної стратифікації, представлені працями Н. Давидової, Н. Тихонової, В. Ільїна, І. Мостової, В. Бондаренка, О. Шкаратана, Ю. Крельберга, Н. Сергеева, О. Куценко; з аналізу проблем капіталу у сфері культури, здійснені А. Долгіним та Ю. Биченком; з дослідження процесів становлення еліт, реалізовані в працях М. Шульги, А. Зоткіна, В. Фесенко, М. Пірен, Д. Гаври, А. Носкова, Н. Чазової.

Метою цієї статті є концептуалізація поняття «символічний капітал» та розкриття природи символічного капіталу шляхом опису співвідношення наукового концепту «символічний капітал» з суміжними, близькими за змістом концептами.

II. Підходи до інтерпретації поняття символічний капітал

Незважаючи на те, що розробки проблематики символічного капіталу сконцентровані навколо концепції одного автора (П. Бурдьє), основними труднощами на шляху подальшої концептуалізації є відсутність єдиного конвенціонального трактування поняття «символічний капітал».

В роботах соціологів, які торкаються поняття символічного капіталу розбіжності, в першу чергу, виникають щодо статусу символічного капіталу як такого. Виходячи в своїх міркуваннях виключно з ринкової природи поняття «капітал», частина дослідників вважає виділення його символічного різновиду в форму капіталу неправомірним. Традиція матеріалістичного бачення природи капіталу проявляється також в тому, що символічний капітал, разом з капіталом культурним та соціальним, відносять до категорії когнітивних видів капіталу, а разом з капіталом інформаційним – до спекулятивних форм капіталу [2].

Іншим принциповим моментом дискусій з приводу символічного капіталу є питання про правомірність виділення його як окремої форми капіталу. Частина дослідників вважає символічний капітал самостійною формою капіталу як такого; інша ж розглядає його як складову однієї з форм капіталу: культурного чи соціального [3, с. 25].

Ще однією перешкодою на шляху становлення єдиного розуміння поняття «символічний капітал» є початкова плутанина між «символічним» як особливою формою капіталу й символічним характером самого виробництва будь-якої цінності. У зв'язку з цим, розповсюдженим є трактування символічного капіталу через поняття інформації; при цьому символічний капітал розглядається як нематеріальний актив в об'єктивованій формі, здатний генерувати додаткову інформаційну цінність у свідомості людей при підключенні ресурсів самої свідомості [4].

У ще більш вузькому значенні символічний капітал розглядається як комунікативний репертуар індивіда або групи, що частково відноситься до освітнього базису і відображає диференціальну акцентуацію окремих кодів у семіотичних термінах [5, с. 101]. Проте таке звуження трактування символічного капіталу лише до його об'єктивованого стану не дозволяє належним чином розкрити всю глибину змісту, що стоїть за цим поняттям.

Цікавим є те, що у самого П. Бурдьє, який запровадив термін «символічний капітал» до наукового обігу, є кілька трактувань вказаного поняття, які суттєво відрізняються між собою. Одне із перших визначень терміну «символічний капітал» у П. Бурдьє означало приблизно те саме, що й «соціальний капітал» Дж. Коулмана [6, с. 170]. Це той кредит довіри, що полегшує будь-який акт соціального обміну і про економічну вигоду від якого прийнято мовчати: «...Символічний капітал – це кредит, але тільки в найбільш широкому значенні слова, тобто свого роду аванс, завдаток, позичка, яку надає одна лише віра всієї групи тому, хто дав їй матеріально-символічні гарантії; легко зрозуміти, що демонстрація символічного капіталу (завжди досить дорога в економічному плані) становить, імовірно повсюдно, один з механізмів, завдяки яким капітал іде до капіталу» [7, с. 234]. Проте, виступаючи в ролі кредиту, для тривалого існування символічний капітал повинен підкріплюватися виправданням цієї віри.

В роботах П. Бурдьє символічний капітал вживається і в більш широкому значенні: як будь-яка форма капіталу, визнана легітимною членами суспільства. Таким чином, символічний капітал є не лише окремою формою капіталу, але й умовою, що забезпечує тривале легітимне існування будь-якої форми капіталу [8, с. 27]. Окрім цього, для існування символічного капіталу необхідне визнання з боку соціальних агентів, оскільки цей вид капіталу є цінністю лише за умови, що соціальні агенти надають йому такого значення. За цієї умови важливу роль відіграють засвоєні категорії сприйняття, якими оперують соціальні агенти [9, с. 64].

У П. Бурдьє є ще одне, принципово інше розуміння символічного капіталу. Йдеться про економічний капітал, який є недостатньо визнаним і домагається свого визнання ціною перетворення й маскування справжнього принципу його функціонування, тобто зв'язку з корисливим інтересом: «В рамках економіки, що за визначенням відмовляється визнавати «об'єктивну» суть «економічних» практик, тобто закон «голого інтересу» і «егоїстичного розрахунку», сам «економічний» капітал може діяти лише за умови, що досягне свого перетворення, яке зробить невпізнаним дійсний принцип його функціонування; такий заперечуваний капітал, визнаний у своїй законності, а виходить, не впізнаний як капітал (однією з основ такого визнання може бути вдячність — у значенні подяки за благодіяння), — це і є символічний капітал, і в умовах, коли економічний капітал не є визнаним, він, імовірно, поряд з релігійним капіталом становить єдино можливу форму нагромадження» [7, с. 230].

Відповідно до цього визначення, незнання є «одночасно умовою та результатом функціонування поля і являється внеском у спільну справу створення символічного капіталу, яка буде успішною лише за умови, що не розкриється логіка функціонування поля» [7, с.132]. Іншими словами, цінність і доцільність не повинні зустрічатися в одному просторі: як тільки цінність віднайшла себе в доцільності, вона моментально втрачає свій специфічний ранг цінності – перестає надихати й згуртовувати. Слід зазначити, що в такому трактуванні поняття «символічного капіталу» криється пастка, а саме дихотомія символічного та економічного капіталів (за аналогією до духовного та матеріального).

Як бачимо, в одних роботах символічний капітал є формою здійснення влади поряд із примусовим контролем, насильством, опосередкованим впливом. В інших - символічний капітал виступає ресурсом, який визнається населенням і є необхідним для одержання влади без застосування примусу та насильства. Представники третьої точки зору вважають, що символічний капітал є засобом встановлення принципів домінування, впливу на когнітивні схеми населення з метою встановлення власного бачення речей як єдино можливого.

В нашому розумінні символічний капітал є складним поєднанням ресурсів, володіння якими визнається суспільством як право на домінування. Таке трактування є доволі широким, оскільки в якості ресурсів, що забезпечують легітимне право на домінування, можуть виступати сила, воля, привабливість або просто певний дар, який називають харизмою. Це можуть бути можливості, породжені іншими аспектами людського існування, але здатні конвертуватися у владу. Це багатство – з економічної сфери, впливовість – з соціальної, норми і цінності – з культурної. Такою владою, як ресурсом, люди володіють, втрачають її, передають, отримують і поділяють [10, с. 34].

Ми пропонуємо розглядати символічний капітал в якості активного ресурсу, що визнається з боку суспільства та забезпечує його власнику здатність впливати на формування суспільної свідомості та громадської думки шляхом визнання за ним цього права як легітимної компетенції.

У більш вузькому значенні під *символічним капіталом* ми маємо на увазі ресурс популярності, авторитету, престижу та репутації, що дає змогу його власнику як агенту певного поля вести боротьбу за домінування в цьому полі.

III. Структурний вимір символічного капіталу особистості

Для цілісного розгляду поняття «символічний капітал», виявлення його функціонального значення в суспільстві та його розмежування від супутніх йому в соціологічному дискурсі концептів, слід проаналізувати співвідношення символічного капіталу з такими поняттями, як престиж, популярність, авторитет, і репутація. Звернення до цих понять, на нашу

думку, дозволяє найбільш повною мірою здійснити концептуалізацію поняття «символічний капітал». Разом з тим, престиж, популярність, авторитет, і репутація: виступають складовими елементами символічного капіталу; описують різні джерела його походження, накопичення та конструювання; репрезентують окремі форми прояву символічного капіталу соціальних агентів.

Соціальний престиж є відображенням в суспільній свідомості реального становища окремого індивіда чи соціальної групи в суспільній ієрархії [11, с. 987]. Поняття престижу символічно окреслює і закріплює структуру суспільства, систему соціальних відносин, яка існує в ньому, а також роль місце і соціального агента в цій системі. Наявність символічного капіталу сприяє формуванню престижу особистості, однак якщо престиж – перш за все зовнішня соціальна форма (яка здебільшого об'єктивається у вигляді статусних атрибутів, споживацьких та дозвіллевих практик), результат суспільного визнання, то символічний капітал володіє істотним внутрішнім, суб'єктивним наповненням. Категорія престижу описується такими показниками, як привабливість і бажаність позиції в суспільстві, цінність та соціальна значущість діяльності для суспільства, здатність задовольняти актуальні суспільні потреби, а також включає в себе престиж освіти та виду діяльності (престижу професії).

Як і *престиж*, *популярність* пов'язана із публічністю діяльності соціального агента. Популярність являє собою високий ступінь затребуваності особистості у певній галузі життя та є зовнішньою, «синтетичною» за змістом і легко відчужуваною характеристикою соціального агента, оскільки підлягає швидкому накопиченню за допомогою сучасних засобів комунікації. Ця складова символічного капіталу може існувати автономно від інших за умови монопольного доступу до засобів встановлення власного бачення і висвітлення подій, а також пропагандистського впливу. Популярність за своєю природою має декілька щаблів: помітність, впізнаваність, пригадування (ідентифікація) та відомість, які й визначають міру стійкості цього ресурсу в соціальних інтеракціях та його здатність конвертуватися в інші форми.

Поняття *авторитету* особистості віддзеркалює суспільне значення, вплив або «вагу», якою користується індивід чи соціальна група завдяки певним своїм властивостям, достоїнствам, заслугам [11, с. 5]. Авторитет особистості є індикатором наявності легітимної влади експерта, професіонала в певній сфері діяльності. На відміну від символічного капіталу, який є невідчужуваним від соціального агента, авторитет може належати не самій особистості, як носію експертного знання, а тій позиції в ієрархічній структурі, яку ця особистість займає (наприклад, посада). Окрім цього, джерелом авторитету може виступати особисті чи професійні якості індивіда. Категорія авторитету описується за допомогою таких понять, як впливовість – здатність реалізовувати власну волю в масштабах групи чи суспільства в цілому через наявність влади і повноважень – та

компетентність (в значення професіоналізму та кваліфікації) – володіння знаннями, які дозволяють глибоко, професійно, авторитетно про щось говорити і діяти.

З поняттям символічного капіталу тісно пов'язане поняття *репутації* особистості. Однак цей зв'язок не є прямим. Як і символічний капітал, репутація відображає становище індивіда в суспільстві, ступінь його суспільного визнання. Однак, поняття репутації може бути мати як позитивне, так і негативне значення. Важливу роль в цьому випадку відіграють механізми реалізації соціальної стратегії та їх моральна оцінка з боку суспільства, їх відповідність наявній системі цінностей. Це пояснюється тим, що поняття репутації відображає певну доволі стабільну суб'єктивну оцінку групою моральних якостей, достоїнств та недоліків визначеної особи. На відміну від поняття авторитету, репутація є оцінкою моральності, оскільки оцінюється наявністю поваги, підтримки, довіри, достоїнств і честі в очах значимих інших. У випадку з людьми репутація, по суті, є частиною їх символічного капіталу. Вона являє собою його проекцію на ту чи іншу сферу діяльності і є значущою в рамках відповідної спільноти. Репутація конструюється шляхом схвалення попередніх соціальних практик – простіше кажучи, вірять тому, хто раніше виправдовував довіру [12, с. 175].

Як бачимо, труднощі у парадигмальному, концептуальному та операціональному визначенні символічного капіталу пов'язані із складністю самого феномену, його багатоступеневою структурою, а також ціннісною природою його елементів. Саме тому найбільш важливим та перспективним напрямком досліджень в цій проблематиці є подальша концептуалізація понять та розробка несуперечливої системи вимірюваних індикаторів вищеописаних понять, за допомогою якої можна створити дослідницький інструментарій для оцінки символічного капіталу.

Література

- [1] Кармадонов О.А. Социальная стратификация в дискурсивно-символическом аспекте / О. А. Кармадонов // Социологические исследования, 2010, N 6. – С. 3 – 13.
- [2] Переслегин С. Когнитивные формы капитала [Электронный ресурс] / С. Переслегин. – Режим доступа: <http://www.archipelag.ru/geopolitics/partii/cognitive-project>.
- [3] Ильин В.И. Государство и социальная стратификация советского и постсоветских обществ / В. Ильин. – Сыктывкар: Издательство Сыктывкарского университета, 1996. – 349 с.
- [4] Долгин А. Прагматика культуры [Электронный ресурс] / А. Долгин. – Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_02/06.html.
- [5] Скрипник К.Д. Семиотика: книга для студентов / К. Скрипник. – Ростов-на-Дону: РИО Ростовского филиала Российской таможенной академии, 2000. – 127 с.
- [6] Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – 212 с.
- [7] Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые – СПб.: Алетейя, 2001. – 562 с.
- [8] Ледяев В. Многомерность политической власти: концептуальные дискуссии / В. Ледяев, О. Ледяева // Логос. – 2003. – № 4–5. – С. 23–32.
- [9] Бурдые П. Формы капитала / П. Бурдые / пер. М.С. Добряковой; науч. ред. В. В. Радаев // Экономическая социология. – 2005. – № 3. – Т. 6. – С. 60–74.
- [10] Ильин М. В. Власть / М. Ильин, А. Мельвиль // Полис. – 1997. – № 6. – 150 с.
- [11] Социология: Энциклопедия / А. Грицанов, В. Абушенко, Г. Евелькин, Г. Соколова, О. Терещенко. – М.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
- [12] Долгин А. Б. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка / А. Долгин. – М.: «АСТ», 2010. — 256 с.