

УДК: 891 + 58 + 1 (Ирон)

РАСУЛИ М.¹

**СТРУКТУРНЫЙ И СУБЪЕКТИВНЫЙ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ
РОЛИ КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА И СТАНДАРТОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ
В ОПРЕДЕЛЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ КЛАССОВ**

В статье рассматриваются существующие социологические концепции в сфере потребления, акцентирующие внимание на крупных структурных факторах вне области свободы личности, или направленные на свободу и волю индивида.

Ключевые слова: структурный и субъектный подходы, экономический капитал, культурный капитал, стандарты потребления.

Э. Гидденс подразделяет все социологические концепции на две группы – структурную составляющую и субъектную составляющую. Если субъектность или субъектная составляющая обращает внимание на индивиды, их желания и цели, нужды и запросы, мотивы и побуждения, убеждения и ценности в качестве факторов, формирующих социальную жизнь, то структурный подход акцентирует свое внимание на разъяснении социальной жизни, исходя из таких процессов, как организационных или классовых [7, 190].

Данная классификация является своего рода отражением давно существующих разногласий философов относительно вопроса свободы и необходимости, который, по мнению Гидденса, является основной систематизацией в социологии и социальной теории. Во всяком случае, каждое из рассмотренных суждений можно расположить в одном из двух этих полюсов. Другими словами, существующие в сфере потребления концепции, или акцентируют внимание на крупных структурных факторах вне области свободы индивида, или обращают свой взор на свободу, волю и креативность субъектов. Однако, в силу того, что исследователь зачастую обращает свой взор на экспериментальные данные через призму избранной им особой теории, всегда существует опасность, что он вместо того, чтобы выбрать соответствующую и адекватную концепцию для разъяснения экспериментальных данных, приводит эти данные в соответствие с избранной им теорией. Это подобно тому, что человек вместо того, чтобы выбрать обувь соответствующую его ногам, отсекает часть своих ног с тем, чтобы приспособить ноги к выбранной им обуви.

Пьер Бурдьё рассматривает стандарты потребления через призму структуралистского подхода. Он, преследовал тройственную цель, разработав понятия, которые составляют основу его теории стратификации. Эти понятия габитус², поле³ и капитал⁴. Бурдьё определяет габитус как систему устойчивых,

¹ Адрес для корреспонденции: Махаста Расули. Соискатель Института философии, политологии и права им. А. Баховаддинова АН РТ. rmahasti@yahoo.com

² habitus

³ field

⁴ capital

изменчивых и переносимых склонностей. В книге «Алжирцы» он определяет габитус как: «Систему устойчивых и переносимых склонностей, построенная как генератор действий и работающая в объективном воплощенном виде» [9, 39]. Габитус есть совокупность «склонностей, желаний, приготовлений, способностей, познания, чувств, действий и суждений, которые хотя и социальные, но кажутся естественными, они инкорпорированы, то есть проявляются в человеческом теле» [1, 35].

Значимость габитуса больше исходит из того, что он переводит дополнительную характеристику, связанную с культурно-экономической диспозицией, на монистический образ жизни, состоящий из монистической совокупности выбора и альтернатив, которые предпочитают особых людей, имущество и действия другим предметам и объектам» [1, 35]. Габитус у индивидов, имеющих схожий опыт, проявляется в виде некоей общей модели или формы. Однако, несмотря на это, «каждый индивид располагает этой общей моделью в единственно возможном виде и действует согласно ей» [3, 334]. Другими словами, «габитусы, помимо того, что различны и дистинктивны, являются также фактором различий» [1,35]. Габитус структурирован, так как производится социальными силами, но в силу того, что в стандартах различных действий воспроизводит внешние структуры, он является структурирующим. Поведение и манеры индивидов зависят от уровня капитала, которым они располагают.

Однако до того как затронуть тему капитала, представляется необходимым разъяснить понятие «поле». Бурдьё определяет поле следующим образом: «Я определяю поле как сеть или систему объективных связей позиций, которым из-за своего существования и из-за ясности, которую они через свою нынешнюю и потенциальную позицию навязывают своим агентам, институтам обладателям.... А также из-за структуры распределения силы (или капитала), овладение которой предоставляет доступ к особой выгоде, которая в этом поле является местом раздора и конфликта [4, 136].

Бурдьё рассматривает общество как социальное пространство, которое является сценой жесткой и бесконечной конкуренции. Данное соперничество заканчивается проявлением различий, которые подготавливают нужный материал и рамки для социального бытия. Внутри данного социального пространства существуют маленькие различающиеся модели правил, норм и форм силы. Эти модели Бурдьё определяет как поле. Поэтому поле представляет собой сферу особого вида действий и пространства связей и отношений между агентами, то есть субъектами. Общество в статусе социального пространства образовано из множества полей, обладающих сложными соединениями, которые возможно между собой пересекаются, перекрывают или вмешиваются в дела друг друга или же усиливают своё взаимодействие [6, 137]. Социальное пространство есть бесконечная сцена конкуренции, которая преследует цель доступа к ценным ресурсам, находящимся внутри этого пространства. Различие в степени пользования этими ресурсами влечет за собой отличия в поведении и манерах индивидов и через это различие в видах их действий и поведенческой ориентации, в том числе отличия в стандартах потребления. Эти ресурсы на самом деле являются различного рода капиталом.

Бурдьё подчеркивает, что капитал – это накопление и классовые отношения и проявляются в распределении видов капитала, а не исключительно экономического, о котором говорит Маркс [11]. Капитал, который, по мнению Бурдьё, является источником силы и власти [5, 504], состоит из «любого рода источника в социальной сфере, влияющего на способности индивида в пользовании особыми выгодами, которые достигаются в этой сфере» [3, 335]. Капитал с учетом вида его накопления и сферы, в которой он действует, проявляется в трех основных формах: [2, 136]

- экономический капитал – форма капитала, которая непосредственно способна превратиться в деньги и институализироваться в виде права на имущество; [2, 136]

- культурный капитал составляют все культурные ресурсы, которыми располагает индивид. Они могут быть трех видов: инкорпорированные [⁵ (устойчивые умственные и физические свойства и особенности), объективированные⁶ (культурная продукция, как: картины, книги и т.д., годные к перемещению) и институализированные, то есть дипломы и звания [2, 46].

- социальный капитал представляет собой совокупность реальных или потенциальных ресурсов, то есть всех видов капитала, связанных с принадлежностью к группе и вовлечением в устойчивую сеть социальных связей. Данный вид капитала имеет четкие социально обусловленные границы применимости и базируется на взаимных обязательствах и взаимном признании. Данный капитал обеспечивает каждого своего члена общим капиталом [2, 147].

Бурдье указывает и на четвертый тип капитала - символический, который обозначает любой вид капитала (культурного, социального или экономического), имеющий особое признание внутри социального поля [8, 12]. Чаще всего символическим капиталом являются престиж, репутация и честь. Каждая из форм капитала способна к трансформации и каждую из них можно заменить другой.

Бурдье относительно способа образования социального пространства пишет: агенты и социальные группы разделяются исходя из своей диспозиции в статистическом распределении двух дифференцирующих основ – экономического капитала и культурного капитала [1, 33]. Распределение данных двух основ – двух типов капитала служит показателем противоречивых процессов, которые укрепляют главные линии раскола и противоречий в развитых обществах [3, 339].

По мнению Бурдье, «класс представляет собой совокупность агентов, занимающих сходную позицию, которые, будучи размещены в сходных условиях и подчинены сходным обусловленностям, имеют все шансы для обладания сходными диспозициями и интересами, и, следовательно, для выработки сходной практики и занятия сходных позиций» [9, 42]. В силу этого, возникновение классов связано с совместным положением в социальном пространстве и общими привычками, которые актуализируются в пространстве потребления. Унифицирующим принципом класса является не схожая профессия или одинаковый доход, а общее поведение, манеры и схожие вкусы.

Бурдье, используя структурно родственную формулу, анализ связи между социальным положением, возможностями и диспозицией (вкусы, привычки потребления и выбор), реализуемые социальными агентами в различных поведенческих сферах (прием пищи, музыка, спорт и т.д.), связывает с уровнем пользования ими капитала, а также их классовым поведением и положением в социальном пространстве. Действия индивидов в общем виде и потребительские действия в особой форме ориентируются посредством поведения и вкуса индивидов. Однако поведение и вкус, в свою очередь, зависят от уровня пользования различными видами капитала и социального статуса агентов (данный вывод кажется структуралистским).

В итоге, модель Бурдье выглядит следующим образом: наличествующие объективные условия в соединении с существующей в социальной структуре позицией формируют поведение, которое само заключает в себе систему образований, создающих подлежащие классификации поступки и деяния, а также систему формирования ощущений, познания или вкуса, которые создают годные

⁵embodied

⁶objectified

для классификации действия и деятельность [4, 215]. Совокупность всего этого определяет стандарты и способы потребления агентов.

Бодрийяр начинает изложение своей позиции с критики подходов, основывающихся на биологических нуждах и потребностях и социальных структурах. По его мнению, исходя из теоретической рамки, основанной на потребностях, экономическом классе или социальном статусе, исследовать тему потребления невозможно. Ибо не существует какого-либо метода, с помощью которого можно было бы дистанцировать или отличить фундаментальные потребности от потребления, стимулированного медиа средствами. По мнению Бодрийяра, потребление всегда имеет символический характер и превратилось в динамичный процесс, который содержит в себе создание чувства индивидуальной и групповой идентичности. Потребитель всегда активным образом создает в себе чувство идентичности. В силу того, что это чувство идентичности уже не даруется индивиду посредством членства индивида в каком-либо экономическом классе, группе или социальным статусом, потребление превращается в неизбежный и неминуемый процесс создания или выражения чувства идентичности [10, 149].

По убеждению Бодрийяра, материальные предметы являются объектом не потребления, а объектом исключительно потребностей и удовольствия. Потребление есть систематическое действие манипуляции знаков. Для того чтобы предмет превратился в объект потребления, он должен превратиться в знак, потому ни количества предметов и ни удовлетворения потребностей не достаточно для определения понятия потребления. Они являются исключительно предпосылкой потребления. Потребление есть активный способ связи и отношений с предметами, обществом и миром [12,21].

Поэтому Бодрийяр акцентирует внимание на связь между знаками и убежден, что в потребительском обществе потребление представляет собой некий образ, репутацию и определенный знак, что намного важнее, чем потребление самого материального товара. Вопрос заключается в том, что эти знаки возрастающим образом дистанцируются от реальных предметов и в результате индивиды подгоняют или приспособливают себя к ним в виде образов и чистых знаков [13, 228].

В целом, в воззрениях Бодрийяра в модернистском капитализме сфера символов преобладает над другими сферами, а образы намного важнее, чем материальное удовлетворение потребностей. Владение имуществом или потребление некоторых особых товаров, помимо их потребительской стоимости, имеет также мощный элемент, определяющий статус. Индивиды создают чувства идентичности того, кто они есть, через то, что потребляют. Основным элементом в этом цикле, по мнению Бодрийяра, является желание.⁷ Индивид путем потребления определенных категорий товара старается быть тем и быть чем, кем желает быть. Важнейшим фактором в этом процессе служат средства массовой информации. Медиа средства раздувают и подстрекают процессы, которые Бодрийяр называет культурной импlosion.⁸ В ходе этих процессов исчезают границы между различными сферами деятельности, вследствие чего символы переплывают из рекламы в удовольствие, в информацию и... и оттуда в пространство повседневной жизни, что влечет за собой усиление символизации и бесконечности потребления [13, 228]. На взгляд Бодрийяра, «мы находимся во вселенной, в которой становится всё больше и больше информации и всё меньше и меньше смысла».

⁷ desire

⁸ Cultural implosion

Таким образом Бодрийяр, как и Бурдьё, акцентируют больше внимание на значимости знаковых и символических атрибутов товаров, нежели их материальных аспектов.

Литература:

1. Бурдьё Пьер. Теория действия, практические доказательства и рациональный выбор. Перевод Мортезы Мардиха, изд-во «Накш ва негар», издание 2-ое, 2002.
2. Бурдьё Пьер. Формы капитала // Социальный капитал, доверие, демократия и расширение. Под редакцией Кеяна Таджбахша. Перевод Афшина Хакбаза и Хасана Пуяна, изд-во «Шираз», издание 1-ое, 2005.
3. Вакввант, Люк, Джей, Ди. Пьер Бурдьё. // Великие мыслители социологии. Под редакцией Роба Стоунза. Перевод Мехрада Мирдамади, изд-во «Марказ», издание 2-ое, 2004.
4. Дженкинс Ричард. Пьер Бурдьё. Перевод Лейлы Джоуафшани и Хасана Чавешияна, изд-во «Ней», издание 1-ое, 2006.
5. Каллиникос Алекс. Историческое введение в социальную историю. Перевод Акбара Маъсумбеги, изд-во «Агах», издание 1-ое, 2004.
6. Льюис Хаус, Скотт Джон. Социальный строй. Перевод Хасана Казияна, изд-во «Ней», издание 1-ое, 2006.
7. Сидман Стивен. Разногласия в социологии. Перевод Хади Джалили, изд-во «Ней», 2007.
8. Тавассоли Гулам Аббас. Анализ мыслей Пьера Бурдьё о социальном пространстве // Вестник социальных наук, 2004, № 23.
9. Фазели Мухаммад. Потребление и образ жизни. Изд-во «Собх садек», 2003.
10. Восокок, Роберт. Consumption and lifestyle in: Восокок, R and Kenneth, T (eds), social and cultural forms of modernity, polity press in association with open university, 1992.
11. Lipuma, Edward (1993). Culture and the concept of culture in a theory of practice, in: Calhoun C., Lipuma E. and Postone M. (eds), Bourdieu, Critical perspectives, polity press. 270 с.
12. Poster, Mark (eds). Jean Baudrillard, Selected writings, Cambridge: polity press, 1988, p. 21
13. Scott, John, Social theory, central issues in sociology, Sage publications.

РАСУЛИ М.

РАВИШҶОИ СОҲТОРӢ ВА СУБЪЕКТИ ДАР ОМУӢЗИШИ НАҚШИ САРМОЯИ ФАРҶАНГӢ ВА СТАНДАРТҶОИ ИСТЕЪМОЛӢ ДАР СИНФҶОИ ИҶТИМОӢ

Дар мақола назарияҳои маълуми сотсиологии соҳаи истеъмоли, ки ба омилҳои сохторӣ берун аз озодии шахс ё ба озодӣ ва иродаи фард равона шудаанд, мавриди таҳлил қарор гирифтааст

Калимаҳои калидӣ: равиши сохторӣ ва субъектӣ, сармояи иқтисодӣ, стандартҳои истеъмоли, иродаи фард, синфҳои иҷтимоӣ.

RASULI M.

STRUCTURAL AND SUBJECT APPROACHES FOR LEARNING THE ROLE OF THE CULTURAL CAPITAL AND STANDARDS OF CONSUMPTION IN DEFINITION OF SOCIAL CLASSES

The article deals with the existing of social concept in consumption sphere, focusing attention to large structural factors which out of area of a personal freedom, or directed on freedom and the will of the individual.

Key words: structural and subject approaches, economic capital, cultural capital, standards of consumption.