

УДК 332.158+316.733(510)

Хуан Ичэн

Культурный капитал: сущность и содержание культурологической категории

Осмысливается концепт «культурный капитал», сущность и содержание которого в гуманитарном дискурсе интерпретируются неоднозначно. Анализируется ряд подходов представителей социально-гуманитарных наук к определению понятия «культурный капитал». Рассматриваются основные компоненты, составляющие его структуру, а также отличие культурных ресурсов от природных. Прослеживается процесс превращения культурных ресурсов в культурный капитал. Акцентируется внимание на специфике потребительского и производственного видов культурного капитала, проблемах, сдерживающих его развитие в КНР. Подчеркивается, что культурные ресурсы являются основой создания духовных ценностей. Уделяется внимание изучению процессов капитализации культурных ресурсов. Показано место и роль культурного творчества в создании стоимости культурного капитала.

Ключевые слова: капитал, культура, культурные ресурсы, культурный капитал, творчество, стоимость, инвестиции, КНР.

Huang Yicheng

Cultural capital: essence and the content of the cultural category

The article comprehends the concept of "cultural capital", its essence and content in the humanitarian discourse is ambiguous for interpretation. The article analyzes a number of approaches of representatives of the social and humanitarian sciences to the definition of the concept of "cultural capital", considers the main components that make up its structure, as well as the difference between cultural resources and natural ones. The author traces the process of transformation of cultural resources into cultural capital, focuses on the specifics of consumer and industrial types of cultural capital, the problems that hinder its development in China. It is emphasized that cultural resources are the basis for the creation of spiritual values. The article focuses on the study of the processes of capitalization of cultural resources and shows the place and role of cultural creativity in creating the value of cultural capital.

Key words: capital, culture, cultural resources, cultural capital, creativity, value, investment, China.

На протяжении многих десятилетий в классическом гуманитарном дискурсе в качестве основных экономических ресурсов рассматривались человеческие, земельные и искусственные ресурсы. В то же время игнорировалось значение нематериальных ресурсов, выступающих в основном в форме знаний, культуры, информации, репутации и социальных отношений. В современных социально-гуманитарных теориях

они трактуются как экономические ресурсы в культурной и творческой деятельности. Культурные ресурсы в отличие от природных создаются человеком в процессе общественно-исторического развития. Они включают материальные и духовные богатства, объединяющие нематериальные и материальные компоненты, и являются основой для производства культурных благ.

Культурные ресурсы содержат «экзистенциальные» фондовые и потоковые ресурсы «движения», обеспечивающие наполненность жизни человека творчеством. Творчество, как известно, представляет собой инновационную комбинацию и обработку существующих и существовавших элементов. Оно сопровождается активной деятельностью, особенно в связи с возникновением современных форм индустрий, в числе которых культурные, услуг, информационные. Нередко запас культурных ресурсов, как отметил Ли Сихуэй, приравнивается к потоку культурного капитала [2]. Находясь в движении, этот запас используется в качестве культурного капитала, который может создавать поток товаров и услуг, имеющих культурную и экономическую ценность [5].

Цель статьи – изучение сущности и содержания культурного капитала, осмысленного в качестве категории фундаментальной культурологии.

В теории и истории культуры раз за разом происходят попытки переосмысления наследия Пьера Бурдьё. В социально-гуманитарный дискурс он ввел категорию «культурный капитал». П. Бурдьё рассматривает культурный капитал как физическую форму культурных ресурсов, включающую компетентность, привычки, культурные продукты и институты, выраженные в форме человеческих способностей и поведения, стиля языка, качества образования, вкуса и образа жизни [1].

По мнению Д. Тросби, культурный капитал может существовать в двух формах: *материальной* (содержится в произведениях искусства и других артефактах в виде частных объектов, которым придается культурное значение); *нематериальной* (состоит из набора идей, практик, верований, традиций и ценностей, существующих в виде общественных благ) [5].

В социально-гуманитарных науках имеются и другие интерпретации понятия «культурный капитал». Так, сторонники ресурсной теории полагают, что культурный капитал играет положительную роль в действии экономическому развитию и способствует разрешению противоречий между ресурсами, желаниями и рациональностью. Любой культурный ресурс (будь то театр, галерея, музей и т. д.) проявляется как дефицит в определенных социально-исторических условиях относительно бесконечных потребностей человека. Культурные ресурсы являются средством получения прибыли, превращаясь в культурный ка-

питал. Они становятся объектом активной конкуренции между различными социальными субъектами и обществами.

В экономических теориях капитал рассматривается как *общественные отношения*, возникающие в ходе производства прибавочной стоимости (марксистская теория), как *фактор производства* (западная теория), включающего ресурсы, средства, которые используются человеком в производстве новых продуктов и услуг. Многие академические сообщества признают взгляды Маркса на капитал, в основе которого добавленная стоимость и движение. По утверждению К. Маркса, «только в этом постоянно обновляющемся движении создается ценность. Поэтому нет предела движению капитала» [3, с. 185]. Культурный капитал также требует движения для достижения добавленной стоимости. Движение способствует увеличению его стоимости посредством инвестиций в предприятие, через производство и продажу. Следовательно, процесс превращения культурных ресурсов в культурный капитал, а затем формирование стоимости капитала через труд субъектов творчества, производства и продаж – это и есть путь капитализации культурных ресурсов и достижения стоимости культурного капитала, когда происходит количественная оценка и измерение стоимости, в т. ч. материального продукта.

Формирование стоимости культурных ресурсов завершается после продажи товара, причем невозможно точно определить первоначальную их капитальную стоимость. Исследования показывают, что культурные ресурсы нетождественны культурному капиталу, хотя могут использоваться в его качестве.

Как известно, капиталом считаются только те финансы, которые приносят исключительно добавленную стоимость. В таком случае к культурному капиталу можно отнести только ту часть накопленных культурных ресурсов, которая создает эффект прироста стоимости в результате транзакций. Следовательно, культурным капиталом являются только те культурные ресурсы, которые обладают свойствами, как повышающими ценность, так и движения. Необходимо учитывать, что не все культурные ресурсы могут быть использованы для создания культурного капитала. Сначала они должны быть творчески переработаны путем сбора соответствующей информации, включая реликвии культуры, изучены во времени и пространстве, включены в соответствующие концепции, разрекламированы с помощью маркетинговых средств и СМИ, чтобы конкурировать на рынке. После этого превращение культурных ресурсов в культурный капитал можно считать завершенным. Непереработанные культурные ресурсы представляют собой неиспользованный запас ресурсов. Таким образом, только после творческой обработки культурные ресурсы приобретают значение культурного капитала.

Исследователи культурный капитал подразделяют на *потребительский* и *производственный*, который может существовать в материальной и нематериальной формах. К материальным относятся объекты естественного происхождения и созданные человеком, обладающие культурной ценностью. Они имеют экономическую стоимость, наделены соответствующим культурным содержанием. Нематериальные активы культурного капитала, включающие общественные культурные блага (музыка, литература и др.), обычаи, традиции, верования и т. д., до переработки в осязаемые продукты (аудиовизуальная и книжная продукция) не имеют экономической ценности в физической форме, несмотря на их культурную и творческую ценность. Они не могут быть предметом торговли как богатство, однако современная система интеллектуальной собственности, которая переводит нематериальное в осязаемое через контракт, представляет собой экономическую основу для преобразования культурных ресурсов в культурный капитал, который генерирует экономическую стоимость после того, как он станет предметом обращения. Продуктивный культурный и творческий капитал в определенных условиях могут функционировать наряду с другими формами капитала в процессе производства.

Ху Хуйлинь и Шань Шилинь пришли к мнению, что единение культурного капитала с производственным процессом способствует повышению эффективности производства; сочетание культурного капитала с продукцией увеличивает ее добавленную стоимость и продлевает жизненный цикл; сочетание с предприятиями повышает их ключевую компетенцию, а с отраслями промышленности способствует гибкости отраслей, и, что более важно, в соединении с регионами культурный капитал становится новым катализатором для содействия экономическому развитию городов [6].

Анализ функционирования культурного капитала показывает, что преобразование культурных ресурсов в культурный капитал вызывает проблему накопления капитала, который представляет собой человеческие ресурсы. Как известно, субъектами культурного творчества являются люди, думающие о рациональном идеале, стремлении к общему прогрессу и воплощению его в жизнь [7].

Культурные ресурсы и их творческая обработка являются плодами труда человека. Поэтому без наличия человеческих ресурсов накопление культурного капитала и развитие культурной индустрии невозможны. Пока существуют рынок и потребление, все культурные ресурсы разумны, легитимны и должны рассматриваться как культурный капитал. Накопление культурного капитала происходит за счет многообразных, возобновляемых и не расходуемых в процессе использования культурных ресурсов.

Проблемы функционирования культурного капитала взаимосвязаны с его защитой и продажей. Без развития современных прав интеллектуальной собственности трудно превратить культурное творчество в капитал или защитить его и торговать им. Это обусловлено тем, что культурное творчество как нематериальный продукт может быть освоено реципиентом посредством обучения. Хотя потребитель владеет этим ресурсом и может использовать его для создания продуктов, не идентичных по содержанию и форме, не происходит очевидного перехода права собственности. Вследствие этого провести различие между происхождением культурных ресурсов невозможно.

При исследовании формирования культурного капитала важно учитывать специфику законов его движения в форме денег и материалов. Добавленная стоимость и движение капитала являются общими для всех капиталов, но культурный капитал в большей степени связан со спецификой социальных ценностей. Ценностная его ориентация не одинакова для различных субъектов инвестирования, и важно решать проблему ухода от неопределенности инвесторов.

Основными источниками денежного капитала в сфере культуры Китая являются государство, предприятия и общество. Государственные инвестиции призваны поддерживать творческие эксперименты, но они тормозят культурное творчество (при условии требования чрезмерной эффективности, аудиторского контроля и механизмов отчетности) и имеют присущую им тенденцию вытеснять «внутренние стимулы», являющиеся источником творчества. Тем не менее субъекты культурного творчества остаются верны своим внутренним творческим идеям, а не внешним финансовым вознаграждениям и общественному признанию. Для государства это дилемма: с одной стороны, государственный капитал поступает из налогов налогоплательщиков, и правительство является подотчетным налогоплательщикам, а использование средств должно быть эффективным; с другой – государственные инвестиции, заинтересованные в немедленной прибыли, скорее препятствуют, чем способствуют развитию творчества. Чтобы противостоять этому противоречию, государственные инвестиции должны использоваться для стимулирования венчурного капитала к инвестированию в рискованные и ценные виды культурного творчества, в полной мере используя рыночные методы работы для создания коммерциализированной смешанной экономики. Государственные инвестиции, которые направлены на агрегацию творческого потенциала, а не на его сдерживание, могут быть успешными только в том случае, если они приводят к притоку другого капитала [4].

Известно, что для предприятий и социальных инвесторов целью инвестиций является получение максимальной прибыли. Неопре-

деленность же рынка культурных продуктов вносит большую неясность в доходность инвестиций предприятий и социальных инвесторов. В сфере культуры доходность капитала непостоянная, что приводит к тому, что инвестиции предприятий и общества в некоторой степени теряют свою полезность. Инвесторам порой сложно установить стабильное ожидание развития культурного капитала, в связи с этим они сдержанно относятся к вкладыванию денежных средств в культуру. Кроме того, культурные проекты являются относительно новыми и рискованными из-за своей инновационной бизнес-модели, поэтому некоторые инвесторы неохотно рассматривают культурное творчество как класс инвестиционных активов. По этой причине приток капитала в социокультурную сферу не проходит гладко, даже эксперты и финансовые посредники с передовым опытом работы испытывают трудности в привлечении инвестиций. На наш взгляд, чтобы разрешить эту ситуацию, инвесторам нужно объяснять преимущества модели экономического роста культуры, а государственным учреждениям предоставить возможность руководства инвестициями.

Обращает на себя внимание существующее на рынке культуры такое явление, как иррациональная и конкурентная погоня капитала за культурным творчеством. Это связано с тем, что стоимость творческой продукции не всегда предсказуема и модель экономического роста социокультурных предприятий имеет определенные внутренние правила. Проведение сделок служит ориентиром для ожидаемой стоимости. Инвесторы часто видят возможность высокой доходности инвестиций, и на рынке ценных бумаг всегда найдутся вкладчики, готовые взять на себя ответственность за риски и высокую доходность. В XXI в. правительство КНР шире развивает рынок капитала индустрии культуры.

Таким образом, рационализация экономических отношений между культурными ресурсами, культурным капиталом и культурными инвестициями, повышение эффективности процесса преобразования культурных ресурсов в культурный капитал, привлечение культурных инвестиций и создание благоприятной среды для выживания и развития сферы культуры, на наш взгляд, являются важной задачей для развития современной социально-культурной сферы Китайской Народной Республики.

1. Бурдьё, П. Культурный капитал и социальная алхимия / П. Бурдьё ; пер. Юмин Бао. – Шанхай : Шанхайское нар. изд-во, 1997. – 224 с. – Изд. на кит. яз.: 皮埃尔·布尔迪厄,包玉明译《文化资本与社会炼金术-布尔迪厄访谈录》,上海,上海人民出版社,1997年版,224页.

2. Ли, Сихуэй. Введение в культурную индустрию / Сихуэй Ли. – Ханчжоу : Изд-во Чжэцзянского ун-та, 2014. – 425 с. – Изд. на кит. яз.: 李思屈,《文化产业概论》,杭州,浙江大学出版社,2014年版,425页.

3. *Маркс, К.* Капітал / К. Маркс. – Пекин : Нар. изд-во, 1975. – Т. 2. – 649 с. – Изд. на кит. яз.: 卡尔马克思著, 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译. 《资本论第二卷》, 北京, 人民出版社, 1975 年版, 649 页.

4. *Сюй, Дэчжун.* Пути капитализации и инвестиции в культурные ресурсы / Дэчжун Сюй // Наука. Экономика. Общество. – Ланьчжоу, 2014. – № 2 – С. 151–154. – Изд. на кит. яз.: 徐德忠. 文化资源的资本化路径与投资 / 德忠徐 // 《科学. 经济. 社会》, 2014年第2期151–154, 共4 页.

5. *Тросби, Д.* Что такое культурный капитал? / Д. Тросби; пер. Пань Фэя // Марксизм и реальность. – 2004. – № 1. – С. 50–55. – Изд. на кит. яз.: 戴维·思罗斯比, 潘飞. 什么是文化资本? / 思罗斯比戴维 // 《马克思主义与现实》, 2004 年第 1 期 50–55, 共 6 页.

6. *Ху, Хуйлин.* Чтения по культурным индустриям / Хуйлин Ху, Шиянь Шань. – Шанхай : Шанхайское нар. изд-во, 2011. – 813 с. – Изд. на кит. яз.: 胡惠林、单世联《文化产业研究读本》, 上海, 上海人民出版社, 2011 年版, 813 页.

7. *Швейцер, А.* Философия культуры / А. Швейцер; пер. Чэнь Цзэхуана. – Шанхай : Шанхайское нар. изд-во, 2008. – 356 с. – Изд. на кит. яз.: 阿尔伯特·施韦泽, 陈泽环译《文化哲学》, 上海, 上海人民出版社, 2008 年版, 356 页.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 26.12.2022.