

МІСЦЕ ТА РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СТРУКТУРІ ІНКОРПОРОВАНОГО КУЛЬТУРНОГО КАПІТАЛУ ОСОБИСТОСТІ

Стаття присвячена дослідженню специфіки структури інкорпорованого культурного капіталу, що втілюється безпосередньо у диспозиційній системі окремої особистості. Як джерело та основа формування даного типу.

Ключові слова: культурний капітал, інкорпорація, соціальна комунікація, спілкування, соціалізація, особистість, комунікативний код, диспозиційна система.

The article is devoted to research of specific of incorporated cultural capital which is incarnated directly in the disposition system of individual. As a source and basis of formulation of this type of capital in the article is exposed process of social communication, and also success of his passing a proprietor (by a transmitter) at mastering of cultural values.

Keywords: cultural capital, incorporation, social communication, intercourse, socialization, personality, communicative code, disposition system.

В сучасних соціальних науках вивчення структурних характеристик культурного капіталу набуває *особливої актуальності* як у зв'язку з дослідженням теоретико-пізнавальних основ становлення загальносоціологічної теорії нематеріальних типів капіталів, зокрема культурного капіталу як певної інкорпорованої сукупності інтелектуальних здібностей, освіченості, знань, навичок, моральних якостей та кваліфікації індивіда. Джерела формування інкорпорованого культурного капіталу, невіддільного від особистості, вимагають масштабного аналізу процесів протікання первинної соціалізації, навчання у закладах освіти, самоосвіти особистості тощо. Однак очевидним, на нашу думку, є те, що надзвичайно вагомої ролі у зазначених процесах відіграє соціальна комунікація. Особливістю дослідження культурного капіталу є подвійність впливу значення комунікації у межах аналізу його структури, що може виявлятися у якості джерела та причини формування даного типу капіталу, а, з іншого боку, виступати важливим його елементом. Однак, проблемним залишається знаходження адекватних механізмів впливу комунікації саме на ті елементи диспозиційної структури особистості, що у подальшому виступають в якості капіталу (а не ресурсу, активів, знання тощо), а також особливості форми та змісту, що приймає соціальна комунікація, знову ж таки, набуваючи ознак культурного капіталу.

Зазначимо, що в наукових дослідженнях спроби дослідити даний аспект були дещо обмеженими і здійснювались безпосередньо в теоріях комунікації (серед зарубіжних соціологів у працях Г.Лассуела, Т.Лукмана, Н.Лумана, Ю.Габермаса; серед вітчизняних - В.Конецької, Е.Тарасова, Л.Федотова та інших), охоплюючи лише частково проблему статусної диференціації суспільства як наслідку розподілу структури капіталу. В рамках самої теорії культурного капіталу, - яка досить детально була розроблена в працях П.Бурдьє, Д.Коулмана, Д.Тросбі, Ф.Фукуями, а серед вітчизняних вчених – Ю.Биченка, Н.Горбунової, Т.Нестик та інших - увага науковців більшою мірою була спрямована на дослідження концептуального змісту та впливу культурного капіталу на соціальні системи, зокрема на міжкласові взаємодії.

Отже, *мета статті* полягає в обґрунтуванні впливу комунікативних практик на успішність особистісних досягнень в процесах соціалізації та адаптації, і, водночас, в обґрунтуванні статусу соціальної комунікації як системного елементу інкорпорованого культурного капіталу. Таким чином, *об'єктом* виступає інкорпорований культурний капітал особистості, а *предметом* – специфіка формування його структури та властивостей під впливом комунікативного фактору.

В рамках розповсюдженої концепції капіталів французького соціолога П'єра Бурдьє [3; 4] досліджується система з трьох взаємопов'язаних форм – інкорпорований, інституціоналізований та об'єктивований культурний капітал, кожен з яких відображає деяку якість та кількість культурних надбань та символів, що мають спільний зміст (що у єдності становить соціальне явище культурного капіталу), проте є відмінні за проявом. На нашу думку, фактично, наведені три форми водночас різними способами відображають один і той же дослідницький феномен. Однак, зазначимо, що у процесі практичних досліджень виникає необхідність перевірки даної відповідності у кожній конкретній ситуації (наприклад, два випускники одного учбового закладу з однаковим рівнем оцінок можуть на практиці мати відмінні знання та навички роботи та по-різному демонструвати їх за допомогою символічних культурних об'єктів тощо), а також вимагає врахування низки таких факторів як престиж, соціокультурний та часовий контекст формування культурного капіталу, що, на нашу думку, було недостатньою мірою досліджено в працях французького соціолога та його послідовників.

Зазначимо, що на думку П.Бурдьє, з якою можна цілком погодитись, саме інкорпорований культурний капітал є основним та первинним щодо двох останніх, оскільки, по-перше, формує та визначає два інші стани, а по-друге, є реальним динамічним інструментом на ринку праці, визначаючи при цьому соціальний статус особистості [4]. Тим не менш, в межах загальної концепції капіталів сам соціолог, на нашу думку, недостатньою мірою зосереджується на дослідженні процесу формування та актуалізації культурного капіталу безпосередньо в буденних практиках. Не зупиняючись на актуальній та поки що невіршеній проблемі відображення специфіки механізмів передачі та відтворення культурного капіталу варто зазначити, що П.Бурдьє та його послідовники акцентують свою дослідницьку увагу на міжпоколінній передачі капіталу, особливо серед представників класу еліти, тобто на проблемі «закритості» та складності процесу соціальної мобільності, якій сприяє кількість накопиченого капіталу як матеріальних, так і нематеріальних типів, однак, залишають невіршеною проблему розкриття даного процесу «зсередини», власне, за допомогою виокремлення основних мікропроцесів, що сприяють та полегшують передачу та формування культурного капіталу у вищих колах та ускладнюють – серед представників нижчих класів. Таким чином, як прихильники моделі культурної репродукції, так і її критики, що як альтернативу пропонують розгляд культурного капіталу як такого, що може бути отриманий внаслідок власних зусиль у закладах освіти (модель культурної мобільності), не зосереджуються достатньою мірою на визначенні механізмів його формування, серед яких, на нашу думку, чільне місце займають комунікативні процеси, в межах яких діє та розвивається особистість.

Комунікативні практики, що виступають одним з основних джерел формування інкорпорованого культурного капіталу, формують зв'язок з класовою структурою суспільства, яка визначається загальним об'ємом капіталів – економічним, соціальним, культурним, політичним символічним. Варто зазначити, що різноманітні форми інкорпорованого стану культурного капіталу, як певний наслідок комунікативних практик, є необхідні людині перш за все для її успішної соціалізації, а також для її адаптації до навколишнього середовища. Дійсно, засвоєння обмежень та норм поведінки людиною (особливо у дитинстві) в певний історичний час у деякому соціокультурному середовищі надає їй не стільки переваги стосовно інших, скільки виступає однією з умов уникнення позиції маргінала в суспільній системі. З іншого боку, досконале знання та навик практичного використання людиною, наприклад, правил етикету не є необхідною умовою успішної соціалізації індивіда, проте може бути запорукою її включення до більшої кількості соціальних груп, більш позитивного суб'єктивного сприйняття іншими тощо [1, 180; 4].

На нашу думку, соціальна комунікація є важливим і, у більшості випадків, вирішальним фактором, що сприяє формуванню інкорпорованого культурного капіталу, оскільки пронизує і є основою таких соціальних процесів як: соціалізація, адаптація, виховання, освіта, самоосвіта, в результаті яких і відбувається когнітивний та моральний розвиток особистості. Більше того, комунікативні практики займають дуальну позицію в структурі даного феномену, а саме є одночасно системним елементом і джерелом формування психосоціальних характеристик особистості.

Варто зазначити, що доволі інтенсивне вживання сучасними вченими поняття «комунікація» в різних наукових підходах загалом позначається надзвичайною концептуальною невизначенністю. Так, на думку Т.Лукмана, «комунікація» на сучасному етапі розвитку суспільних наук є надзвичайно універсальним та, відповідно, розмитим поняттям: «Сьогодні практично будь що можна назвати комунікацією. Проте виникає питання, чи означає дане поняття ще щось?» [8, 3].

Не вдаючись до широкого аналізу різноманіття підходів до концептуального означення, ми вважаємо, що комунікацію в теорії культурного капіталу варто розглядати як соціальний процес, що має трансактний характер, який полягає у тому, що будь-який суб'єкт комунікації включає в себе окрім теперішнього (конкретної ситуації спілкування) і минуле (пережитий досвід), а також проектування у майбутнє [див. також: 9, 108-109]. В рамках окремої розмови (акту комунікації) індивіду важко уявити вплив предмету комунікації на окремі ситуації майбутнього, однак, тим не менш, ми не можемо уявити, коли і в яких обставинах дана соціальна дія може отримати продовження у відносинах з іншими людьми. Отже, в цьому сенсі, ситуація комунікативної дії не може бути розповсюдженою лише на «тут і зараз», але є спрямованою у майбутнє, коріннями походячи з минулого.

Суттєвим стимулом у подальшому продуктивному розгляді даної проблеми, на наш погляд, може виступати теорія комунікативної дії Юргена Габермаса. У межах даної теорії, при визначенні змісту поняття «комунікація», німецький соціолог, акцентує увагу на взаємодії принаймі двох здатних розмовляти та діяти суб'єктів, що вступили (за допомогою вербальних чи невербальних засобів) у міжособистісні стосунки. Основною метою комунікації, за Ю.Габермасом, виступає взаєморозуміння та взаємоузгодження, тоді як основним його засобом є здатність до мовленнєвої активності («мовленнєвий посередник»). Однак, не зважаючи на формальне окреслення комунікації через розуміння його каналів та суб'єктів, Ю.Габермас в першу чергу розглядає мету, ефекти та наслідки комунікативної дії; досліджує даний соціальний феномен значно глибше і у цілковито новому вимірі для сучасної теоретичної соціології, аналізуючи взаєморозуміння відносно ситуації дії з метою взаємоузгодженого координування своїх планів та дії. Комунікативна дія є сукупним поняттям, за змістом ширшим, ніж комунікація, оскільки включає різні її типи, а також можлива лише за реалізації усіх функцій мови водночас [10, 11, 19; 11, 119]. В цій ситуації партнер по комунікації розглядається не як засіб досягнення мети (стратегічна дія), а як рівноправний суб'єкт, взаємодіючи з яким виникає можливість перевірити і рефлексувати доцільність засобів і мети своєї дії, вступаючи з ним у комунікацію [11, 117]. На відміну від популярної біхевіористської суб'єкт-об'єктної моделі Г.Лассуела, де не

відображається комунікативна функція культури і акцент спрямований на активності комунікатора та ефекті, що він справляє на реципієнта, модель Ю.Габермаса, яка за своєю суттю є суб'єкт-суб'єктною, формується на основі таких соціальних процесів як інтеграція, соціалізація та культурна репродукція. Соціолог розглядає гуманістичний потенціал комунікативного процесу як такий, що може бути отриманий на основі гуманістичного дискусусу, аргументації, тяжінні до консенсусу учасників комунікації, що, в свою чергу, ґрунтуються на фактах, моральних та правових нормах, суб'єктивних переживаннях, - саме за цих умов і можливий так званий комунікативний ефект [12]. На нашу думку, при дослідженні структури інкорпорованого культурного капіталу надзвичайно важливим є врахування саме морально-етичної культури особистості як важливої складової останньої разом з теоретичним та практичним знанням, здобутих під час проходження соціалізаційних практик.

Формування ж культурного капіталу у процесі комунікації суб'єктів через призму теорії комунікативної дії дає можливість врахувати низку теоретико-пізнавальних аспектів загальної концепції капіталів, що загалом становлять основу його актуалізації.

Ю.Габермас у своєму гуманістичному погляді на суспільні процеси прагне серед нерівних статусних позицій побачити рівність, перш за все у особистісному сприйнятті людьми одне одного і, одночасно, намагається відмежуватися від розгляду популярного у теоріях масової комунікації лінійного розгляду комунікації як процесу передачі-сприйняття інформації, проте вона може бути ускладнена нерівністю статусних інтелектуальних, когнітивних та освітніх характеристик, наслідком яких може бути виникнення ситуації, коли думки, що виражає один з суб'єктів, є за змістом та пізнавальною евристичністю цілковито банальністю для іншого. Саме тоді виникає ситуація нерівноцінності культурного капіталу при взаємодії суб'єктами комунікативної дії одне з одним, а також проблема визначення бажання « інформаційного донору» передавати власний культурний капітал.

Зазначимо, що, на думку Ф.Еріксона, надзвичайно важливими у визначенні успіху взаємодії є *стилі комунікації*. Важливість створення позитивного зворотного зв'язку між двома акторами не тільки сприяє утворенню довіри при спілкуванні, але і складає враження на так званих «охоронців класових кордонів», що особа володіє більшим потенціалом, ніж він чи вона має. Таким чином, актуальність даного підходу для вивчення теорії культурного капіталу полягає у зверненні автором уваги саме на аспекті ефективності актуалізації капіталів і формування відповідних комунікаційних (у широкому значенні даного поняття) здібностей для їх використання. Важливим питанням для подальшого аналізу може слугувати дилема визначення місця таких стилів комунікації у структурі культурного капіталу, тобто, чи являють собою останні його складову, інкорпоровану в габітус особистості, чи є, скоріше, специфічним методом використання культурних ресурсів, що варіюється залежно від певної практичної ситуації тощо. Як здатність управляти ситуацією, так і пошук домовленості при взаємодії є досить важливими для підтримки позитивного зворотного зв'язку. Ф.Еріксон відзначає, що нездатність створити і підтримати ритм розмови, врешті-решт, призводить до негативного зворотного зв'язку [13]. Можна, безумовно, погодитись з думкою науковця стосовно того, що культурний

капітал є динамічною сукупністю ресурсів, що може змінювати власну цінність залежно від соціально-культурного середовища, в якому діє його носій, а також зберігає властивості капіталу у його первинному значенні, тобто виражає свої властивості не сам по собі, а при активному використанні агентом його конверсійних властивостей.

Ця гіпотеза підтримується роботою А.Ларо [14], яка ґрунтується на твердженні, що батькам, представникам різних соціальних класів, притаманні різні методи виховання дітей. Так, батьки, що мають вищий соціальний статус, залучають своїх дітей (свідомо або ні) до багатьох позашкільних занять з метою збільшення їх життєвої кваліфікації та досвіду (збільшення обсягу культурного капіталу). Логіка цієї техніки полягає у тому, щоб надати дитині почуття здатності взаємодіяти з інституціональними представниками і власне виховати їх готовими до таких взаємодій у майбутньому. Вихідці з нижчих класів, з іншого боку, прагнуть дозволити своїм дітям розвиватися в їх власному ритмі, надаючи їм великої кількості вільного часу.

Такий метод А.Ларо називає «вільним вихованням», де перевага надається фізичній дисципліні та безапеляційному виконанню домашньої роботи, а не обговоренню і поясненню, на що акцентують виховання дітей представники вищих прошарків.

Класові відмінності, таким чином, мають яскравий прояв у ситуації контакту з представниками соціальних інституцій. Представники нижчих класів виражають недовіру і закритість при комунікації з останніми, передаючи дану модель спілкування своїм дітям, що, в свою чергу, формує додаткове джерело комунікаційної нерівності. З іншого боку, представники вищих класових позицій використовують вміння взаємодії з такими соціальними інституціями як перевагу. І хоча дослідження А.Ларо не стосується безпосередньо обговорюваної теми, на нашу думку, короткий аналіз даної роботи в межах обговорення проблем джерел функціонування культурного капіталу є доречним, оскільки дає можливість заглибитись у механізми формування деяких його аспектів. Перш за все, дане дослідження дає можливість сформулювати гіпотезу стосовно меншої ефективності використання культурного капіталу представниками нижчих класів. Якби така гіпотеза могла бути підтвердженою, це дало б можливість прояснити, чому такий величезний вплив має саме батьківський культурний капітал, якому значно поступається індивідуальний. В такому разі мова б йшла про нерівність у життєвих шансах, вмінні застосувати культурний капітал у представників різного класового походження, тоді як володіння культурними ресурсами, як такими, могло б залежати не тільки від батьківського заохочення до участі та зацікавленості у високому мистецтві, а й від індивідуального бажання та зусиль в даній сфері. Таким чином, як гіпотезу можна висунути твердження стосовно цінності і обмеженості сімейної репродукції засобів перетворення культурних ресурсів у капітал, тоді як саме знання і вміння можуть мати інші джерела придбання (не виключаючи репродуктивне). Саме в цьому, на нашу думку, полягає проблемність проведення досліджень, присвячених вивченню культурного капіталу і підтвердження або спростування моделей культурної репродукції та культурної мобільності, оскільки визначення механізму дії та джерел формування капіталу, а також необхідність однозначності його структурних елементів є необхідною передумовою цілісності, системності та

взаємозбагачення результатів досліджень, отриманих соціологами різних наукових шкіл та напрямків. Розглядаючи структуру комунікації як загальний акт взаємодії варто зазначити, що, як джерело формування внутрішніх потенціалів та багатств особистості, що можуть виступати основою культурного капіталу, комунікація може визначатися за допомогою низки ознак, які за функціональним змістом уособлюються в сукупності факторів. До прагматичних факторів відноситься вмотивованість комунікації, тобто її мета та задумка, а також соціальна оцінка інформації загалом та її адресата; до власне комунікативних факторів – соціальні норми мовленнєвої поведінки, мовленнєвого етикету, вибір комунікативних засобів залежно від стратифікаційної та ситуативної варіативності комунікації. До останньої низки факторів – когнітивних – відноситься об'єм фонового знання учасників процесу [7, 16].

Отже, комунікація є складним соціальним процесом, який визначається низкою ознак-впливів, що обумовлюють характер його протікання. Так, чим більш спрямованою і чітко окресленою буде мета комунікації, тим більш успішно протікатиме комунікативний акт. Знову ж таки, чим більшою мірою буде доцільно застосоване знання комунікативного коду, залежно від ситуації та умов комунікації, тим більшою мірою учасникам такої взаємодії вдасться зрозуміти один одного та досягти мети спілкування. З іншого боку, робота стосовно надбання та вивчення подібних кодів «розуміння» є необхідним етапом формування комунікативного потенціалу особистості (інкорпорованого культурного капіталу), оскільки останнє не надається людині від народження, а може бути набуто нею в процесі соціалізації та освіти. Отже, комунікативний процес має неоднозначний зміст, з одного боку виступаючи системним елементом культурного капіталу, а з другого – джерелом його формування.

Зазначимо, що когнітивний вимір факторів комунікації є найскладнішим серед перерахованих і містить в собі знання стосовно реалій світу та суспільства, соціальних цінностей, самооцінку власного статусу у суспільстві, рівень володіння комунікативними засобами для адекватної передачі і сприйняття інформації, здатність правильно інтерпретувати взаємозв'язок характеристик учасників комунікації, а, отже, саме когнітивні фактори взаємодії є особливо значущі як для успішності проходження зазначеного процесу, так і для формування інкорпорованого знання особистості.

Власне в такому розрізі комунікація і постає як неперервний соціальний процес переведення окремих її дій в систему їх взаємопов'язаних елементів, що в своє чергу відкриває шлях до виокремлення механізмів формування та накопичення культурного капіталу окремої особистості. Інформаційна функція комунікації акцентує увагу на передачі інформації у суспільстві про явища, дії та процеси, тобто може виступати інструментом безпосереднього або опосередкованого впливу на індивіда, впливаючи певним чином на його теоретичне знання та практичні навички щодо оточуючого середовища. Спрямований вплив комунікативних процесів на формування саме тієї царини знання у диспозиційній системі особистості і формує культурний капітал у втіленій в особі формі, з іншого ж боку, прагматична функція означає, що соціальна комунікація є засобом, який обумовлює певні дії та реакції людини на обставини, тобто в межах цієї характеристики варто зауважити стосовно включення комунікативних кодів та моделей

поведінки, їх інкорпорацію у культурний капітал людини. Розглянемо більш докладно обидва вищезазначені розрізи соціальної комунікації в процесах формування структурного виміру інкорпорованого культурного капіталу особистості.

Оскільки автор статті притримується підходу, за яким інкорпорований культурний капітал включає в своє визначення вміння й навички, теоретичне та практичне знання, морально-етичну культуру, якими володіє особистість, яка виступає суб'єктом-носієм капіталу, що є невід'ємним від неї самої, проаналізуємо можливість меж впливу соціальної комунікації стосовно наведених елементів.

Логіка розуміння сутності інкорпорованої форми культурного капіталу є наступною. Його основу складають сукупність практичних навичок та інтелектуального знання – тобто той базис, який отримує людина внаслідок проходження процесів соціалізації, що включає в себе адаптацію до певного соціокультурного середовища, прийняття його цінностей, формування певних профорієнтаційних нахилів, накопичення знання в процесі освіти, виховання та навчання (а також в процесі безпосередньої взаємодії з оточуючим середовищем) в формі теоретичного знання та практичних навичок.

Окремо варто зазначити такий компонент даного типу капіталу як моральні якості людини, що виявляються у формі морально-етичної культури. Дійсно, з одного боку, очевидно, що цей елемент, знаходиться за концептуальним змістом дещо осторонь відносно двох попередніх, проте його значення та роль для формування капіталу людини не можна недооцінювати. Морально-етична культура людини є підвалиною людської діяльності, завдяки якій соціально-моральна активність спрямовується на вирішення комунікативних протиріч таким чином, щоб перемога все-таки залишалася за принципами гуманізму та соціальної справедливості. Моральна культура спілкування невід'ємна від моральної культури особи, є її наслідком і являє собою ступінь засвоєння морального досвіду попередніх поколінь у вигляді знань, умінь, навичок, почуттів, установок.

Варто зазначити, що дана схема не містить такого важливого компоненту (який, безумовно, за певних умов може набувати форми капіталу) як особистісний потенціал людини, який дається їй від природи, тобто різниця інтелектуального потенціалу індивідів, котра дається їм як результат генетичного і особистісного розвитку. Так, важливо враховувати такі фактори як: природні здібності, таланти, схильності особистості до тієї чи іншої сфери діяльності тощо; вони хоч і відіграють важливу роль у формуванні культурного капіталу, проте не потребують окремого вимірювання при проведенні соціологічного дослідження, оскільки і є передумовою формування та подальшої конвертації культурного капіталу у різні його форми.

Говорячи про накопичене в процесі соціалізації знання людини, що свідчить про рівень її компетентності, освіченості, проявляє її як інтелектуала, можна вирізнити усе отримане знання на загальне та специфічне. Перший з вище зазначених типів є тим базисом, на основі якого формується наше уявлення про світ, а також його оцінка через призму ціннісних орієнтацій людини, воно допомагає нам відшукати ту соціальну ідентичність, яка дозволяє двом незнайомим людям, що належать до однієї або різних соціальних груп, віднайти контакт, мати змогу успішно здійснити комунікацію. Специфічне знання є таким

інструментом, володіючи яким, людина має змогу вирізнитися з оточуючих, продемонструвати їм свої особливі вміння та зайняти високу статусну позицію. Як окремий елемент загального знання можна виокремити мовну компетенцію людини, яка виявляється як рівнем знання рідної мови (усної та письмової, використання різних мовленнєвих стилів), так і рівнем володіння іноземними. Даний елемент відображає рівень засвоєння індивідом комунікативних кодів, що виражаються у формі знання мови; є тісно пов'язаним з вищенаведеними (особливо з комунікативними здібностями), проте все ж таки, на нашу думку, становить якісно відмінний рівень загального знання, який необхідно виділяти самостійно, оскільки в умовах глобалізації займає проміжне положення між специфічним та загальним знанням.

Структура загального знання є досить складною та багаторівневою і складається зі знання культури загальних традицій і норм, мовної компетенції та загальної освіченості. Перший елемент – знання культури загальних традицій і норм містить в собі розуміння культурних моделей поведінки, комунікативні здібності та етикет. Варто зазначити, що усі три компоненти є надзвичайно тісно взаємопов'язаними, становлять єдину цілісність і на практиці важко підлягають розділенню, оскільки мають властивість виявлятися в зв'язаних між собою формах, де складно відділити прояв одного компоненту від інших. Саме специфічні людські способи поведінки, які забезпечують гармонійний перебіг процесу спілкування між людьми, і є культурою спілкування і в даному розумінні характеризуються комунікативними здібностями людини. Тобто, спілкування є відображенням моральної культури людини. Моральна культура спілкування, зокрема, включає: знання культурних моделей поведінки (загальних зразків, етикетних правил, стратегій) і вміння їх адекватно використовувати в кожній конкретній ситуації спілкування.

Варто зазначити, що будь-який соціальний контакт виникає в умовах деякого соціокультурного середовища, де суб'єкти комунікації (спілкування) займають ті чи інші позиції в межах соціальної структури суспільства, де моделі поведінки, які визначаються загальнокультурними установками і соціальною роллю, утворюють соціокультурну матрицю спілкування, яка і надає їм установлені форми поведінки. При вступі учасників комунікації у формалізований часто повторюваний контакт вони мають можливість використовувати надані правила етикету, а також стратегій спілкування. Лише частково адаптуючи їх до кожного конкретного випадку (наприклад, при привітанні; знайомстві тощо). Коли ж ситуація і правила взаємодії та поведінки суб'єктів не визначені однозначно традиціями і правилами, дані зразки доводиться виробляти самостійно, керуючись, безумовно, вищеописаними сталими моделями поведінки, проте використовуючи їх лише частково, по-новому пристосовуючи при виробленні нової стратегії поведінки. Отже, рівень моральної культури спілкування як складової інкорпорованого культурного капіталу особистості й визначає здатність людини як найбільш ефективно та швидко пристосовуватися до нетипових буденних ситуацій взаємодії, зокрема комунікації, і здійснюється на основі ряду умінь (кожне з яких входить до структури комунікативних здібностей), таких як вміння координувати власну поведінку з поведінкою партнера, вміння давати зворотній зв'язок,

забезпечувати психологічну підтримку, здійснювати самопрезентацію [6, 176-177]. Отже, моральна культура спілкування особи являє собою, з одного боку, знання і володіння культурними інструментами спілкування і моральними нормами поведінки, які вироблені в ході суспільно-історичної практики і прийняті в тій соціокультурній групі, до якої належить людина, а з іншого - це розвинені комунікативні здібності, вміння створювати гармонійне спілкування.

Окрім вищенаведених параметрів варто зазначити, що когнітивний параметр статусу характеризує індивіда з точки зору його комунікативної компетентності, що забезпечує адекватне спілкування. Комунікативна компетентність за своєю природою є психолінгвістичною категорією і зазвичай розглядається як компонент освітнього цензу індивіда. Даний тип компетентності обумовлений цілим рядом когнітивних факторів - фоновими знаннями щодо оточуючого середовища, в тому числі щодо соціальної структури суспільства, соціальних цінностей, знаннями нормативного використання комунікативних систем різних рівнів і здатністю до адекватної інтерпретації інформації. Оскільки комунікативна компетентність актуалізується в конкретних соціальних умовах (комунікативна сфера, ситуація, статус комунікантів, їх соціальні ролі тощо) вона є соціально обумовленою. Найбільш значущими когнітивними характеристиками компетентності є здатність до узагальнення та систематизації сприйняття довкілля; здатність до адекватної оцінки «статусу мови», його соціальної престижності; вміння інтерпретувати діяльність, що полягає у розуміння смислової і оціночної інформації в конкретній соціальній ситуації тощо[7, 25-26].

Висновки. Таким чином, інкорпорований культурний капітал особистості включає в своє визначення вміння й навички, практичне знання, яким володіє та чи інша людина, що є невід'ємним від неї самої. Його основу складають сукупність теоретичного знання, практичних навичок та моральних якостей особи. Соціальна комунікація посідає важливе місце у даній структурі, вона в певному сенсі пронизує кожен з його елементів, являючись одним з основних джерел її формування, а також суттєво впливає на ефективність актуалізації культурного капіталу під час різноманітних соціальних взаємодій. Водночас комунікативні фактори (прагматичні та когнітивні) становлять інкорпоровані особистісні характеристики людини, що за певних умов можуть виступати у формі капіталу (володіння комунікативним кодом, комунікативна компетентність тощо). В якості основних напрямків подальших наукових досліджень з даної проблематики можна виокремити визначення механізмів формування інкорпорованого культурного капіталу; з'ясування впливу його комунікативних характеристик на успішність та результат взаємодії індивіда з соціальними суб'єктами; визначення властивості інкорпорованого культурного капіталу (зокрема комунікаційної компетентності) до конвертації в інші типи капіталів тощо.

Література: 1. Аберкромби Н. Культурный капитал / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. Тернер Б.; [пер. з англ. І.Г.Ясавєєва; упоряд. С.А.Ерофеева] // Социологический словарь. - М.: Экономика, 2004. - 620 с. 2. Барматова С. Зміна місця і ролі комунікації в сучасному світі / С.Барматова // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. - №3. – с.158-169. 3. Бурдьє П. Социальное пространство и символическая власть / Пьер Бурдьє // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. - 1993. - № 2. - С. 137-150. 4. Бурдьє П. Формы капитала / Пьер Бурдьє // Экономическая социология. — 2002. – Т. 3, №5.

– С.60–74. 5. Горбунова Н.В. Социально-экономические закономерности и тенденции развития культурного капитала : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. соц. наук : спец. 22.00.03 «Економічна соціологія і демографія» / Н.В.Горбунова. – Саратов, 2006. – 39 с. 6. Етика: Навч. посіб. /В.О. Лозовой, М.І. Панов, О.А. Стасевська та ін.; За ред. проф. В.О. Лозового. - К.: Юрінком Інтер, 2002. - 224 с. - С.176-177. 7. Конечкая В.П. Социология коммуникаций : [підруч.] / Конечкая В.П. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. - 304 с. 8. Лукман Т. Аспекты теории социальной коммуникации / Т.Лукман; [пер. с. нем. Т.Тягуновой] // Социологическое обозрение. - 2007. - Т.6, №3. - С.3-20. 9. Матяш О.И. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование / О.И.Матяш // Теория коммуникации и прикладная коммуникация. Вестник Российской коммуникативной ассоциации. - 2004. -Выпуск 2. - С. 103-122. 10. Розенбергс Р. Проблема социального консенсусу в работах Ю.Хабермаса / Р.Розенбергс // Общественные науки и современность. - 1995. - № 5. - С. 116-121. 11.Хабермас Ю. Отношение к миру и рациональные аспекты действия в четырех социологических понятиях действия / Ю.Хабермас; [пер. с. нем. Т.Тягуновой] // Социологическое обозрение. – 2008. – Т.7, №1. – С.3-24. 12.Habermas J. The theory of communicative action / J.Habermas [Translated by Th.McCarthy]. – Volume two: Lifeworld and system. – Boston: Beacon Press, 1987. – 457 p. 13.Erickson F. Gatekeeping and the Melting Pot / Erickson, Fred //Harvard Educational Review. - 1975 - № 45. – P. 44-70. 14. Lareau A. Cultural capital in educational research: A critical assessment / Lareau, Annette, Weininger, Elliot, // Theory and Society. – 2003. - № 32. - P.567-606.