



Почему искусство может быть «КАПИТАЛОМ»



Михаил Борозна,
профессор кафедры
истории и теории
искусств Белорусской
государственной
академии
искусств, кандидат
искусствоведения,
профессор

Произведения искусства оказывают большое эмоциональное и эстетическое воздействие на зрителя, влияют на его формирование как личности. Особенность визуального творчества заключается в том, что помимо объективных законов в его функционировании существенную роль играют стратегии признания художника. Не имея возможности точно описать все связи, сопровождающие данный процесс, мы используем либо свои собственные мысли об этих связях, либо обращаемся за помощью к теориям и экспертам, которые обладают этими представлениями.

Интуитивно искусство осознается как сфера смыслов, эстетики и творчества, то есть как нечто «вне расчета».

Однако в социальной реальности оно часто работает как особый ресурс влияния. Художественные произведения задают пунктирные границы культурной «высоты», могут повышать статус тех, кто связан с их созданием или потреблением. Именно поэтому искусство нередко рассматривают не только как культурный феномен, но и как форму капитала – то есть накопленного ресурса, способного приносить выгоды.

В рамках социологии П. Бурдьё капитал понимается шире, чем деньги или имущество: он включает культурные компетенции, связи и доверие. Символический капитал занимает особое место: это любая форма капитала, которая стала действенной благодаря признанию и воспринимается как легитимная [1]. В таком подходе искусство является идеальной средой для символического капитала, поскольку художественная ценность практически всегда зависит от признания: от того, кто и на каких основаниях обозначает тот или иной объект значимым.

Поле искусства и логика признания

Чтобы понять, как визуальное современное искусство становится символическим капиталом, важно отказаться от представления, будто художественная ценность содержится в объекте сама по себе. В теории П. Бурдьё искусство существует в виде поля

культурного производства, где действуют художники, критики, кураторы, издатели, учебные заведения, галеристы, эксперты, музеи, коллекционеры и сама зрительская аудитория. Именно их контакты создают правила игры: кто имеет право определять вкус, какой стиль считается авангардом, что признается «высоким искусством», а что отодвигается на периферию [2].

Такое поле отличается специфической экономикой. В нем заключен парадокс: культурная ценность часто строится на демонстративной «незаинтересованности» в прибыли (например, культ чистого искусства, авторской автономии и символической исключительности), но при этом именно эта отстраненность может в будущем обеспечивать высокую рыночную стоимость. В данном смысле искусство обуславливает престиж, который, будучи признанным, превращается в капитал.

Связанной категорией выступает культурный капитал: знания, навыки, вкус, компетентность и «насмотренность», которые позволяют ориентироваться в художественных кодах и быть признанным «своим» в мире искусства [3]. Важная мысль Бурдьё заключается в том, что эстетический вкус – не только личное предпочтение, но и социальный маркер. Он позволяет различать группы и закреплять символические границы «своих» и «чужих».

Инстанции легитимации: кто «делает» искусство ценным

Ключ к превращению искусства в символический капитал – наличие устойчивых механизмов легитимации (признания). Сами по себе картина, скульп-

тура, перформанс или инсталляция не гарантируют капитал. Он возникает, когда появляется авторитетное подтверждение ценности. В современном поле можно выделить несколько основных «инстанций признания».

Музеи и публичные коллекции. Попадание произведения в их фонды (или включение художника в ретроспективу) означает институциональное закрепление: объект вносится в культурную память.

Кураторские платформы и выставки. Крупные фестивали, биеннале, триеннале и другие выполняют роль «фабрик значения»: они объясняют, что сегодня считается актуальным, какие темы требуют общественного внимания.

Критика и экспертиза. Критики, искусствоведы, арт-журналистика не только описывают произведения, но и создают смысловые рамки, в которых работа становится «значимым событием», а не «локальной попыткой».

Арт-рынок и стоимость как символический сигнал. Высокая цена на творение может быть следствием признания мастера, но также и механизмом укрепления его авторитета. Часто это воспринимается как доказательство ценности, а не только как коммерческий результат.

Премии, образовательные каноны. Всевозможные награды вводят художника в систему «официального доверия», а включение его работ в учебно-методические комплексы и программы закрепляет статус автора на уровне воспроизводства культурной нормы.

Таким образом, искусство становится символическим капиталом через сотрудничество институтов, оценку творчества со стороны влиятельных экспертов,

которые формируют режим признания – устойчивую среду, где престиж выглядит заслуженным и очевидным.

Как искусство конвертируется в выгоды: от статуса к ресурсам

Символический капитал важен тем, что способен конвертироваться в другие формы капитала – экономического, социального и даже общественного. В искусстве это происходит несколькими конверсиями:

- **в экономический капитал** – репутация художника повышает стоимость работ, расширяет рынок, создает доступ к заказам, меценатским ресурсам и институциональным контрактам. Культурные проекты могут генерировать туризм и инвестиции (музеи, выставочные комплексы, фестивали, арт-кластеры);
- **в социальный капитал** – искусство выстраивает сети: коллекционеры, искусствоведы-кураторы и культурные элиты формируют особое пространство доверия, где знакомства и участие в «правильных» событиях становятся ресурсом карьерных и статусных траекторий. Для консолидации этих сетей необходимы организация выставок, тесная кооперация творческих союзов и учебных заведений, стимулирование и привлечение к выполнению значительных работ талантливой молодежи, которая нуждается в стипендиях, грантах для реализации индивидуальных или коллективных проектов;

- **в символическое лидерство** – художник, признанный как «значимый», получает возможность влиять на повестку – задавать темы, которые общество считает важными (историческая память, экология и т.д.), и быть услышанным как публичный авторитет.

Здесь принципиально важно различать популярность и символический капитал. Большое количество просмотров или лайков может давать видимость, но не всегда создает признание. Символический капитал возникает тогда, когда признание становится устойчивым, институционально поддержанным и воспроизводимым.

Искусство и культурная дипломатия

Искусство превращается в символический капитал государства через культурную дипломатию. Если страна ассоциируется с мощной культурой, инновационностью и ценностями, она становится привлекательнее, а это может приносить преимущества.

Ключевыми элементами, обеспечивающими уверенное присутствие на мировой художественной сцене, остаются, во-первых, высокий уровень образования, во-вторых, наличие высококвалифицированных кадров, способных решать самые сложные творческие и научные искусствоведческие задачи.

Важнейшую роль в развитии тенденций и качестве подготовки играет взаимодействие с научными институтами гуманитарного профиля. Искусство в культурной дипломатии оперирует в нескольких форматах:

- **передвижные выставки и музейные обмены.** Турне-выставки – это не только событие, но и демонстрация компетентности институтов страны, ее исторического наследия и права на место в международной культурной иерархии. Исследования подчеркивают, что международные выставки способны одновременно продвигать художественные достижения и поддерживать политико-экономическое сотрудничество [4];
- **всемирные выставки и национальные павильоны** (логика «витрины страны»). Павильоны на Евро исторически служили пространством репрезентации государств: их образы в концентрированном виде создают архитектура, дизайн, визуальное искусство и медиа. Национальные площадки на биеннале в Шанхае, Сан-Паулу, Венеции можно считать символическим капиталом, причем очень «чистым» примером в логике Бурдьё. На международных форумах присутствует широкая интернациональная аудитория, эксперты высочайшего уровня, конкуренция за статус достигает огромного накала, демонстрируется умение работать с мировыми темами. В аналитике культурной дипломатии подобные события рассматриваются как трансляция «креативной современности» и управляемого впечатления [5];
- **поддержка искусства как сигнал о поддержке ценностей:** государство может укреплять символический капитал через содействие культурному многообразию,

сохранению наследия, которое в таком случае становится «носителем ценностей», а не просто эстетическим продуктом.

Если искусство воспринимается как инструментально-ремесленное, оно теряет признание, а значит, перестает генерировать символический капитал. Важно не допускать в администрирование творческих процессов лиц, не обладающих соответствующими квалификацией и опытом, высказывающих поверхностные суждения о месте и роли профессионального искусства в развитии общества.

Искусство как «репутационная инфраструктура»

Концепция «национальный брендинг» (nation branding) рассматривает образ страны как стратегический ресурс, а культурные коды – как способ закрепить узнаваемую идентичность. Британский исследователь Саймон Анхольт подчеркивал, что имидж страны не создается одной рекламой: он формируется действиями, последовательностью и статусом в международной среде [6]. Искусство в этом процессе выполняет двойную функцию: во-первых, обуславливает отличительные черты (уникальный культурный язык, художественный стиль или манеру); во-вторых, повышает доверие (государство представляется сложным организмом, включенным в мировую коммуникацию). Особенно сильным инструментом национального брендинга становится искусство: оно вызывает ассоциации, связанные с инновацией, свободой и глобальной актуаль-

ностью. Но и традиционное творчество может работать как капитал, если оно включено в современные механизмы взаимодействия и признания.

Когда искусство перестает быть капиталом

Символический капитал не вечен и может быть поставлен под сомнение через кризисы легитимности. Он уязвим, может снижаться или даже обращаться в противоположность (делеги- тимацию), если возникают следующие эффекты: инструментализация и недоверие (искусство воспринимается лишь как «картинка»); скандалы и репутационные конфликты; разрыв между ценностью и опытом аудитории, когда институциональное признание не сопровождается общественным пониманием, искусство может ассоциироваться с элитарной игрой; цифровая инфляция внимания (высокая видимость в сетях дает популярность, но не гарантирует устойчивого признания). Следовательно, искусство как символический капитал требует поддержания доверия к институтам признания.

Искусство остается активной формой развития национального культурного пространства, становится символическим капиталом не потому, что «нравится» зрителю или «продается», а потому, что оно признано значимым в определенной системе институтов и оценок. Символический капитал возникает там, где художественная ценность закреплена социально: музеями, критикой, искусствоведческой наукой, образовательными стратегиями, арт-рынком,

присуждением премий и иных наград, международным признанием заслуг авторов. Затем этот капитал способен конвертироваться в экономические ресурсы, социальные сети и общественное влияние.

Искусство также работает как инструмент культурной дипломатии, создавая привлекательность и укрепляя позитивный имидж государства. При этом устойчивость символического капитала зависит от доверия к режимам признания. Таким образом, искусство – это не «дополнение», а полноценный ресурс развития страны, статуса художника и творческих сообществ, функционирующих через механизмы легитимации. ■

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Bourdieu P. The Forms of Capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / ed. by J. Richardson. – New York, 1986. P. 241–258.
2. Bourdieu P. The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature / ed. and introd. by R. Johnson. – Cambridge, 1993.
3. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste / trans. by R. Nice. – Cambridge (MA), 1984.
4. Kossowska I. Cultural Diplomacy and Informal Artistic Relations in East Central Europe in the 20th Century: A Global Perspective // Arts. 2025. Vol. 14, №2. Art. 41. Doi: 10.3390/arts14020041.
5. Mc Kercher A. The Art of Soft Power at Expo 67: Creative America and Cultural Diplomacy in the US Pavilion // Journal of Curatorial Studies. 2016. Vol. 5, №3. Doi: 10.1386/jcs.5.3.368_1. P. 368–389.
6. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations // Exchange: The Journal of Public Diplomacy. 2011. Vol. 2, №1. Art. 1.