

А.А. Калашникова, канд. социол. наук, бакалавр искусствovedения, старший преподаватель кафедры прикладной социологии и социальных коммуникаций Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина* (г. Харьков, Украина)

ПРОИЗВЕДЕНИЕ В ПОЛЕ ИСКУССТВА: СТАВКА, КАПИТАЛ, ГАБИТУС

Kalashnikova Alina Alexandrovna, candidate of sociological sciences, senior lecturer at the applied Sociology and social communications department (Faculty of sociology of the V.N. Karazin Kharkiv National University)

THE ARTWORK IN THE FIELD OF ART: THE STAKE, THE CAPITAL, THE HABITUÉS

Статья посвящена анализу взаимосвязи между агентами поля искусства и создаваемыми ими произведениями. Актуальность этой темы опосредована ростом как социального интереса к искусству, так и экономических признаков этого интереса (цен и объемов продаж искусства на мировом рынке). Теоретической основой исследования служит теория полей символического производства П. Бурдьё, а также критика этой теории с позиций социологического “возвращения к вещам”. Предпринимая попытку дополнить агент-ориентированный подход теории полей рассмотрением предметов искусства, мы раскрываем роль объектов в успехе агента в символической игре. Основой нашего исследования служит фрагментарная историческая ретроспектива развития искусства, данные о продажах на различных уровнях арт-рынка, а также сведения, полученные в процессе эмпирических исследований украинского рынка искусства. Мы постулируем, что произведения искусства участвуют в конструировании полей наряду с агентами, однако выполняют при этом не самостоятельные или сопоставимые с агентами, а делегированные функции. Исходя из материальности произведения искусства (если не физической, то юридической и социальной), рассматриваются пространственные и социальные отношения, в которое включается произведение, будучи создано. К ним относятся включение в выставочное пространство, хранение и его условия, пространственное размещение в микро- и макроконтексте, перемещение и продажа. При этом показано, как именно взаимосвязаны физическое и социальное пространство: перемещение в одном имманентно перемещению в другом. Анализируя произведения в их связи с агентами поля искусства, мы обнаруживаем параллелизм траекторий агентов и объектов, которые они создали или с которыми связаны. Корпус произведений одного художника, таким образом, понимается как внеобъектное социально маркированное целое, структурированное эво-

* **Алина Александровна Калашникова**, e-mail: kalashnikova@karazin.ua

лющей художественной манеры автора и одновременно структурирующее его претензии на изменение позиции в поле. Рассматривая индивидуальную и социальную значимость времени и пространства, мы доказываем возможность трактовать отдельное произведение как ставку агента, являющуюся слепком его габитуса в определенный момент времени. Успех агента с этой точки зрения анализируется как опосредованный выигрышем одной или нескольких таких ставок в тот момент, когда они оказываются соответствующими объективным условиям, определению осевой ценности поля. В свою очередь для агентов-посредников приобретение произведений и владение ими является попыткой одновременно предугадать и обеспечить определенным произведениям меру достаточной для выигрыша символической власти. Рассмотрев упомянутые связи, мы приходим к выводу, что произведения искусства действительно участвуют в структурировании поля искусства путем получения капиталов и позиций для агентов, с которыми они связаны. Поскольку рассмотрение объектов сквозь исследовательскую оптику теории полей позволяет прояснить механизм символической игры (борьбы), мы заключаем, что такой подход может быть полезен и при изучении других полей символического производства, а также в качестве основания эмпирических исследований поля искусства.

Ключевые слова: произведение искусства, художник, рынок искусства, объекты в поле символического производства, объект-позиции.

The article analyzes the relationship between agents of the art field and works created by them. The relevance of this topic is conditioned both by the growing social interest in the art and economic characteristics of this interest (rising prices and volume of art sales on the world market). The theoretical basis of the study is the theory of symbolic production fields created by P. Bourdieu, as well as criticism of this theory from the standpoint of sociological “returning to things” approach. Attempting to complement the agent-based approach of the theory of art field with the artwork consideration, we reveal the role of objects in the success of an agent in a symbolic game. The basis of our research consists of the fragmentary historical retrospective of art development, sales at different levels of the art market data and information obtained during author’s empirical research of the Ukrainian market of art. We postulate that works of art are involved in constructing the fields along with the agents, but do not operate in an independent or comparable to agents way, but perform delegated functions. Basing on the materiality of the artwork (if not physical, then legal and social), we consider the spatial and social relations, which the product being created is included in. These are the inclusion in the exhibition space, the storage and its terms, the spatial distribution in micro- and macro context, the movement and the sale. It is shown how physical and social space are interconnected: the transfer in one is immanent to the transfer in other. Analyzing the works in their relationship with the agents of the field of art, we find a parallelism of the trajectories of agents and objects that they have created, or which they are related to. Thus, the body of the artist’s works is understood as a socially marked out-object entity, structured by evolution of the author’s artistic style and at the same time structuring

his claims to change the position in the field. Looking at the social and individual significance of time and space, we prove the ability to treat a single work as the agent's stake, which is a replica of his habitués at any given time. Agent's success from this perspective is analyzed as determined by the winning of one or more of these stakes at the moment when they are relevant to the objective conditions, the definition of the field core value. In turn, for mediating agents the purchasing and possession of artworks is an attempt to both guess and provide to works a certain measure of symbolic power sufficient to win. Having considered the mentioned connections, we come to the conclusion that artworks are really involved in the structuring of art the field by obtaining capital and positions for agents with which they are associated. Since the examination of the objects through the research optics of fields theory helps to clarify the mechanism of symbolic game (struggle), we conclude that this approach may be useful in studying other fields of symbolic production, as well as to provide the basis for art field empirical studies.

Keywords: *artwork, artist, art market, objects in the field of symbolic production, object-positions.*

В современном мире массовые социальные явления и процессы все более опосредуются разнообразными техническими средствами и коммуникационными сетями, становясь, таким образом, наблюдаемыми большим количеством зрителей, что еще больше расширяет масштабы их взаимного пересечения и влияния. Так, сегодня одним из самых громких культурных трендов стала массовизация потребления изобразительного искусства, происходящая на фоне стабилизации, а затем и роста арт-рынка после мирового кризиса. Согласно данным *Art Newspaper*, посещаемость картинных галерей в мире с каждым годом возрастает, формируя устойчивый тренд: среднее количество посетителей в день на самой посещаемой выставке 2011 г. составило 9677 человек, в 2012 — 10 573, в 2013 — 10 946, а в 2014 — 12 861¹. Стоит также вспомнить многочисленные удивленные публикации в СМИ, которые зафиксировали ажиотаж по поводу бесплатного посещения Эрмитажа морозной зимой 2016 г. Искусство, временно вытесненное массовой культурой на периферию общественного интереса², возвращает пошатнувшиеся позиции. В связи с этим как в академической среде, так и в более широких кругах возрастает интерес к работам ученых, писателей, публицистов, посвященным разным аспектам функционирования искусства.

¹ The grand totals: exhibition and museum attendance numbers worldwide // The Art Newspaper. Special Report. International Edition. 2015. Apr. N 278. URL: http://www.museum.gov.br/wp-content/uploads/2015/04/TheArtNewspaper_Ranking2014.pdf (accessed: 28.05.2015).

² *DiMaggio P., Mukhtar T.* Arts participation as cultural capital in the United States, 1982–2002: signs of decline? // *Poetics*. 2004. N 32. P. 169–194.

Одна из наиболее системных и признанных концепций функционирования искусства в ряду других сфер социального пространства была предложена известным французским социологом Пьером Бурдьё³. Согласно ей, искусство является полем символического производства, т.е. сообщает отношениям в сфере искусства характер игры, победители которой получают легитимное право на символическое насилие, на утверждение собственного способа играть как единственно верного и дающего право на выигрыш. Поле встраивает свою структуру во взаимодействия участников посредством инкорпорированных ими ценностей, представлений, знаний и социальных навыков их применения, и одновременно приобретает объективный характер исключительно в ситуациях конкурентного взаимодействия, совокупность которых представляет собой процесс символической борьбы. Структура поля возникает и реконструируется в процессе и посредством взаимодействий агентов, включающихся в символическую игру.

Кроме активно взаимодействующих агентов (художники, критики, коллекционеры, публика) в поле искусства существует предметная среда, которая тоже вовлечена в символическую игру. Однако сами полотна и другие артефакты, являющиеся, по сути, основным продуктом рассматриваемого производства, редко становятся предметом интереса исследователей, работающих в плоскости структурного конструктивизма. Так, ученица и в дальнейшем критик П. Бурдьё Н. Энич выступала против анализа произведений с точки зрения социологии искусства, считая это неинтересным⁴. Исключение составляют немногие исследователи, поддерживающие социологическую моду на “возвращение к вещам”. Э. де ла Фуэнте⁵ обосновывает необходимость для социологии искусства рассматривать не только “внешние” относительно произведения искусства властные отношения и объективные процессы, но также его “внутренние”, т.е. собственно художественные и эстетические качества. Р. Айерманн и М. Ринг считают необходимым исследовать собственное значение произведения⁶. Ф.Д. Рубио и Э.Б. Силва⁷ под-

³ Бурдьё П. Рынок символической продукции // Социологическое пространство Пьера Бурдьё. URL: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja> (дата обращения: 26.11.2014).

⁴ Danko D. Nathalie Heinich's sociology of art – and sociology from art // Cultural Sociology. 2008. N 2 (2). P. 242–256.

⁵ De La Fuente E. The new sociology of art': putting art back into social science approaches to the arts // Cultural Sociology. 2007. N 1, 3. P. 409–425.

⁶ Eyerman R., Ring M. Towards a new sociology of art worlds: bringing meaning back in // Acta Sociologica. 1998. Vol. 41. P. 277–281.

⁷ Rubio F.D., Silva E.B. Materials in the field: object-trajectories and object-positions in the field of contemporary art // Cultural Sociology. 2013. N 7 (2). P. 161–178.

держивают это начинание, предлагая рассматривать объекты в поле как активные материальные компоненты, посредством которых социальные миры конституируются и познаются, поскольку П. Бурдые “не удалось исследовать возможность рассмотрения объектов как *подлинных агентов* (курсив наш. — А.К.) внутри поля”⁸. Хотя результаты их исследования демонстрируют, что произведения искусства переопределяют некоторые границы (внутри) поля, по нашему мнению, этого все же недостаточно, чтобы признать объекты равными агентам поля. При всем наблюдаемом влиянии полотен и других объектов, производимых художниками, на карьеру последних, характерной для агентов свободой осуществлять и изменять свои действия в попытке достичь успеха объекты не обладают.

Впрочем, определяющая роль произведений (декларируемая агентами поля, а иногда и получающая фактическое подтверждение) в оценке того или иного художника действительно дает основания подробнее рассмотреть их как неотъемлемый элемент поля искусства. Сама идея такого рассмотрения происходит из наблюдаемого свойства полотен переопределять место их автора в символической иерархии, конструируя поле. Как отмечает Дж. Таннер, П. Бурдые не уделил достаточного внимания выраженной его предшественником, историком искусства М. Баксандамом вписанности эстетической формы искусства конкретной эпохи в широкий социальный контекст общественных институций, не проанализировал “характер добавленной ценности эстетического посредничества [в осуществлении] социальных практик, материальное участие искусства в конституировании социального порядка в большей степени, чем просто его репродуцирование”⁹. Поэтому цель данной статьи — предложить и аргументировать альтернативную версию механизма осуществления артефактического конструирования поля. Мы рассмотрим то, как именно объекты “приходят к тому, чтобы занимать разные объект-позиции (*в поле искусства*), и как эти объект-позиции придают форму специфическим способам, которыми институциональные позиции и позиции субъектов, как и границы, распространяются и изменяются со временем”¹⁰, однако не будем стараться приравнивать художественные артефакты к агентам поля. Стремясь несколько сузить круг необходимых примеров, в качестве объекта анализа выберем изобразительное искусство, уже не-

⁸ Rubio F.D., Silva E.B. Op. cit. P. 163.

⁹ Tanner J. Michael Baxandall and the sociological interpretation of art // Cultural Sociology. 2010. N 4 (2).

¹⁰ Rubio F.D., Silva E.B. Op. cit. P. 164.

однократно рассматривавшееся нами с бурдьевиристской позиции в украинском и мировом контексте¹¹.

Поле символического производства с точки зрения его предметного наполнения представляет собой пространство бытования “символических благ, этих двуликих реальностей товаров и значений, сугубо символическая и рыночная ценность которых остаются относительно независимыми друг от друга, даже когда экономическая санкция способствует усилению культурного признания — интеллектуального, художественного и научного”¹². Так, цена произведения на рынке опосредованно связана с его символической ценностью. Последняя понимается как степень приближенности объекта к осевой конвенциональной ценности поля, которая для его агентов должна выступать как терминальная. Таким образом, художник “по умолчанию” стремится бескорыстно служить искусству и декларирует это стремление, хотя ясно, что труд художника направлен на удовлетворение прежде всего его собственных интересов в той же мере, в какой и любой другой оплачиваемый профессиональный труд. Конструирование цены произведения на арт-рынке происходит в результате “интерсубъективного процесса оценивания и присуждения репутации такими экспертами поля искусства, как владельцы галерей, кураторы, критики, арт-дилеры, журналисты и коллекционеры, которые помогают установить репутацию работы или художника”¹³.

В современности словосочетание “произведение искусства” сохранило свои позитивные коннотации в повседневной речи, мы все так же именуем шедевром хорошо сделанный и красиво поданный торт, — однако, научные рамки содержания этого термина беспрецедентно размылись уже к концу XX в. Мультисенсорные средства коммуникации позволили художникам обращаться к более широкой аудитории, и такое новаторство, кажущееся поначалу неприемлемым, получило “постоянную прописку” среди видов и форм искусства — начиная с кино, которому отказывали в художественности еще в начале XX в., и заканчивая современным хэппенингом, который подразумевает включение зрителя и потенциально способен воздействовать на все органы его чувств. Согласно

¹¹ См.: *Калашикова А.А.* Профессионализм в практиках искусства: социологическое измерение // *Методологія, теорія та практика аналізу сучасного суспільства: збірник наукових праць*. Вип. 17. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2011. С. 363–368; *Калашикіова А.О.* Приватна художня галерея: мистецтво на продаж (?) // *Методологія, теорія та практика аналізу сучасного суспільства: збірник наукових праць*. Вип. 19. Харків. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2013.

¹² *Бурдье П.* Указ. соч.

¹³ *Beckert J., Rössel J.* The price of art // *European Societies*. 2013. Vol. 15. N 2.

Б. Гройсу, появление новых форм произведений в эпоху современного искусства — не что иное, как итог самоотрицания искусства, последовательного отказа от господствующей художественной практики¹⁴. Н. Луман утверждает, что когда таким образом под вопрос ставятся критерии прекрасного, функции репрезентации и даже самой символической ценности, это и представляет собой процесс аутопойезиса искусства¹⁵. Это касается самого процесса производства искусства современными художниками, даже если результатом его является традиционная, давно признанная искусством художественная форма.

С позиции социальной науки, произведением является любой результат совершаемого художником символического и эстетического преобразования действительности, который соответствующе конвенционально маркируется. Оставляя в стороне внутренние аспекты практики искусства (что понимается под “преобразованием”, каковы его критерии и проч.), сосредоточимся на условно¹⁶ реальном предмете, который, будучи сотворен, далее вызывает к жизни целый комплекс *действий относительно произведения*. Осуществляемые в физическом пространстве, они, тем не менее, имеют исключительно социальную природу и с самого момента окончания произведения, с одной стороны, являются обозначением статуса автора, с другой — стремятся определить дальнейшую участь произведения (т.е. социальную судьбу автора). Например, в случае картины речь идет о ее обрамлении, хранении в определенном месте и условиях, весьма точно соответствующих положению автора в распределении как материальных благ, так и символического капитала¹⁷. Для менее традиционных видов искусства это также верно: здесь логическое место полотна или скульптуры как физически конкретного объекта, которым можно владеть, который можно перемещать или уничтожить, занимает уже не определяемые физически, но определенные и защищенные законом и/или закрепленные договором купли-продажи права собственности. Так, цифровая живопись может быть идентично воспроизведена неограниченное количество раз, т.е. находиться в одновременном распоряжении

¹⁴ Гройс Б. Что такое современное искусство // Митин журнал. 1997. Вып. 54. С. 253–276.

¹⁵ Luhmann N., Roberts D. The work of art and the self-reproduction of art // Thesis Eleven. 1985. Vol. 12. N 1. P. 4–27.

¹⁶ Предметность искусства в наше время вызывает вопросы не только из-за расширившихся возможностей и беспрецедентной точности копирования, но и потому, что искусство стало возможно создавать вовсе без традиционного материального носителя, такова, например, цифровая живопись и другие виды нет-арта.

¹⁷ Уайт Х., Уайт С. Холсты и карьеры / Общ. ред. и вступ. ст. М.Л. Магидович. СПб., 2000.

неограниченного количества субъектов *как объект эстетического восприятия*. При этом то же изображение *как произведение искусства*, т.е. как символический товар, будет принадлежать субъекту, который приобретет права собственности на него, ранее по умолчанию принадлежавшие художнику. Процесс виртуализации, дублирования или ухода от вещной формы набирает силу не только в искусстве, но и в других сферах, именно поэтому развитые страны так озабочены разработкой правовых документов, программного обеспечения и других мер, направленных на поддержание частной собственности на продукты искусства и интеллектуального труда. Очевидно, наблюдение о том, что “социальное пространство стремится преобразоваться более или менее строгим образом в физическое пространство с помощью удаления или депортации некоторых людей”¹⁸, имеет силу и в пространстве виртуальном, где такое удаление (дистанцирование) к тому же реализуется куда проще.

Присутствие художника в определенной точке физического пространства (месте) формирует, отражает и поддерживает его связи с другими агентами поля. Получение образования и обучение у конкретного мастера, визиты на выставки к авторам своего круга или представителям местной художественной элиты, знакомство с коллекционерами и дилерами, наконец, работа в рамках культурной среды и принципиальная ориентация на нее или вовне — вот неполный перечень тех характеристик социального бытия, которые для отдельно взятого художника опосредованы местом его пребывания. Позиция в поле связана с ними, но не ограничивается ими, так как художник способен, физически оставаясь на месте, участвовать в выставках, аукционных торгах и других событиях художественной жизни посредством перемещения своих произведений. Чаще его осуществляют посредники арт-рынка — арт-дилеры, коллекционеры, кураторы, — а в физическом смысле вообще третьи лица (например, грузчики). Однако осью этого комплекса *действий относительно произведения* является полотно (перформанс, инсталляция...), принадлежащее творческой интенции конкретного художника, несущее на себе истинные следы его авторства — уникальный почерк, манеру и замысел.

Зафиксированная нами во время эмпирических исследований рынка изобразительного искусства г. Харькова¹⁹ речевая конструкция “поучаствовать в выставке несколькими работами” раскрывает

¹⁸ Бурдые П. Социология социального пространства / Отв. ред. Н.А. Шматко. М.; СПб., 2007. С. 50.

¹⁹ Калашнікова А.О. Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві: Автореф. дисс. ... канд. соціол. наук. Харків, 2016.

тесную связь между агентом и произведенными им объектами. Ведь “поучаствовать” предполагает личное включение в событие или деятельность, поэтому редко сопровождается существительным в творительном падеже, обозначающем его инструментальный характер в этом участии. Между тем, приведенная конструкция входит в профессиональный сленг сообщества. Можно предположить, что в этом случае работы художника воспринимаются одновременно как его инструмент и как часть его самого — не в телесном или идеальном, но в личностном и социальном смысле.

Поскольку пространственные отношения напрямую дифференцируют искусство и не-искусство, в предельном случае изменение пространственной дистанции может стать триггером переопределения статуса конкретного предмета. Так, поместив обычный писсуар в качестве экспоната в соответствующее пространство, М. Дюшан произвел пространственное различие, позволившее этому предмету стать произведением искусства и быть оцененным соответственно (в 2006 г. Центр Помпиду оценил стоимость своей реплики этой работы за авторством Дюшана в 3,4 млн долл.²⁰). Естественно, такая манипуляция получила признание только вследствие обладания Дюшана необходимой для этого символической властью, капиталом в форме институционально подтвержденного статуса художника. Однако на этом примере можно проследить определяющую роль, которую выполняют критики как агенты перераспределения признания. Оригинал работы Дюшана был утрачен, но перед этим его успели сфотографировать и опубликовать снимок, так что все дальнейшее осмысление и репродукции касались отнюдь не оригинала работы, а его снимка и эссе в защиту, опубликованных в дадаистском журнале²¹. Возникает фундаментальный для всего функционирования поля и рынка искусства вопрос о соотношении и перемещении оригинала и копии, о том, каким образом копирование воздействует на позицию автора оригинала среди агентов и позицию объекта в сопоставлении его с другими объектами.

Агенты поля декларируют ценность оригинала, что подтверждается наблюдаемым стремлением музейных институций и коллекционеров приобретать в свое распоряжение именно оригинал и тем фактом, что оригинал в общем случае всегда дороже копии.

²⁰ Вынесен приговор осквернителю писсуара Марселя Дюшана (25.01.2006). URL: <http://www.newsru.com/cinema/25jan2006/urinal.html> (дата обращения: 13.08.2016).

²¹ *Howard S., Mundy J.* Marcel Duchamp, Fountain 1917, replica 1964 — Summary. URL: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573> (assessed: 16.07.2016).

Исключение может составлять копия, созданная тем же автором (поскольку номинации отражают порядок иерархии объектов, обычно говорят об “авторском повторе” или “реплике”, а не о “копии”) или копия, оригинал которой утрачен (тогда она перетягивает на себя символическую стоимость оригинала). Иными словами, критериальным для определения объекта как произведения, заслуживающего статуса символического товара, является личное участие автора в его создании или воссоздании или, как минимум, наибольшая хронологическая и историческая близость к оригиналу.

Произведения могут быть поняты как представители конкретного художника в физически (или виртуально) определенном месте — некое подобие древнеперсидского адоранта²². Они, безусловно, не заменяют своего автора в активных попытках занять более высокую позицию в поле. Скорее, они сами и есть эти попытки, манифестирующие имманентные автору уникальность, почерк, стилевую принадлежность — в общем, тот специфический капитал, которым обладает художник как агент поля искусства. “Обладание капиталом обеспечивает, помимо физической близости к дефицитным благам (место жительства), присутствие как бы одновременно в нескольких местах благодаря экономическому и символическому господству над средствами транспорта и коммуникации (которое часто удваивается эффектом делегирования — возможностью существовать и действовать на расстоянии через третье лицо)”²³. Таким образом, если корпус работ одного художника (показательна этимология: от лат. *corpus* — “тело”) фиксирует его удаленность или приближенность к другим агентам в социальном пространстве, то он может быть понят и как его капитал, и как то самое “третье лицо” — делегат. Может показаться, что так мы возвращаемся к пониманию материальных объектов как полноправных агентов; однако здесь речь идет, скорее, об описанных Б. Латуром вещах-делегатах, объективирующих человеческий труд и усилия²⁴, в данном случае — усилия по поддержанию наличной позиции и претензии на более высокую.

Социальная периферия есть в то же время и периферия физическая (географическая); здесь агентам в их попытках обеспечить себя профессиональным признанием и средствами к существова-

²² Адорант — антропоморфная статуя в молитвенной позе, которую оставляли в храме божества в Древней Месопотамии, чтобы она молилась “вместо” хозяина во исполнение его просьб.

²³ Бурдые П. Социология социального пространства. С. 56.

²⁴ Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей: Сб. ст. / Под ред. В. Вахштайна. М., 2006.

нию предназначено ориентироваться на первичный рынок²⁵, т.е. физически (географически) достижимых коллекционеров и галеристов. Основная форма работы на этом уровне рынка – прямая продажа, когда работу покупают непосредственно у художника. Пространственная близость производителей и потребителей не требует активного вмешательства агентов, которые могли бы стать посредниками (галеристов и музейных кураторов), поэтому они относительно немногочисленны. П. Бурдые пишет: “Неощутимое занесение в тело структур социального порядка, несомненно, осуществляется в значительной степени с помощью перемещения и движения тела, позы и положения тела, которые эти социальные структуры, конвертированные в пространственные структуры, организуют и социально квалифицируют как подъем или упадок, вход (включение) или выход (исключение), приближение или удаление по отношению к центральному и ценимому месту”²⁶. Основным способом повысить свою позицию для агента-художника становится распространение работ в географически удаленных и социально противопоставленных периферии регионах высшего уровня рынка²⁷. Например, для О. Тистола международный успех начался с зарубежных выставок в Шотландии и США²⁸, продолжился несостоявшимися продажами на Sotheby’s²⁹, а сейчас он является одним из самых известных и хорошо продающихся на топ-аукционах украинских художников. Это иллюстрирует важность “предметного присутствия” художника в точке пространства, связанной с локализацией дефицитных для поля искусства символических благ. Ведь первые работы О. Тистола, выставленные на торги, так и не были проданы, однако способствовали повышению его статуса в родной стране и ближнем зарубежье, а также позволили художнику претендовать на участие в следующих аукционах и внимание крупного дилера И. Абрамовича³⁰.

²⁵ Здесь мы обращаемся к модели арт-рынка, сформулированной в: *Автономов Ю.* Взгляд на искусство через призму экономической теории // *Неприкосновенный запас.* 2003. № 6 (32).

²⁶ *Бурдые П.* Социология социального пространства. С. 51.

²⁷ О связи символической ценности с ценой и местом продажи см.: *Veltius O.* Symbolic meanings of prices: constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries // *Theory and Society.* 2003. Vol. 32. P. 181–215.

²⁸ См. список выставок художника на сайте Buy Art Gallery – URL: http://buyart.gallery/artists/oleg_tistol (assessed: 02.07.2016).

²⁹ *Белькевич Д.* Олег Тистол – Рубрика “Арт-Каток, или Цифрами по творческому самолюбию” // *Art Ukraine.* 2014.02.04. URL: <http://artukraine.com.ua/a/art-katok-ili-ciframi-po-tvorcheskomu-samolyubiyu-oleg-tistol-/#.V7cmnluLTMw> (дата обращения: 05.08.2016).

³⁰ Там же.

Логика функционирования поля стремится сохранять позиции периферийных агентов, перераспределяя капиталы в пользу обладающих большим объемом капитала и возвращая позиции агентов с минимальными капиталами к стартовому уровню. Стоит, однако, всего одной картине проделать путь из периферии в центр (например, быть проданной на одном из известных аукционов), как позиция художника меняется на более высокую. Будет ли эта перемена временной или художник сможет остаться на этой более высокой позиции, сделать ее постоянной — зависит от того, насколько успешно художник реализует стратегии продвижения в поле (как в маркетинговом, так и в социальном смысле). Естественно, успешность эта зависит не только и не столько от его собственной активности в поле, сколько от сопряженных и связанных с ним агентов, в основном связанных с полем искусства узами экономического капитала — дилеров, галеристов и коллекционеров. Например, известно, что в общем случае произведение растет в цене с каждой перепродажей³¹. Однако большое количество перепродаж вызывает обратный эффект — агенты-посредники начинают подозревать, что данный художник скоро упадет в цене, массово (насколько этот эпитет в принципе применим к арт-рынку) сбывают его работы, отчего и происходит реальное падение цены. Может показаться, что мы сводим понятие успеха произведения и художника к одной лишь коммерческой выгоде. Однако современное существование искусства подразумевает, что: “Произведения искусства принимают на себя роль акций, коллекционеры незаметно входят в роль их держателей, а художники подчас выполняют роль торговцев”³². Здесь мы не отходим от логики бурдьевицкой интерпретации социального пространства, в котором различные виды капитала способны к аккумуляции и конвертации, так что высокая цена подразумевает также собственно художественную, общекультурную ценность работы и относительно большой объем символической власти автора.

При изменении позиции художника в случае продажи его произведения остальной корпус работ одного автора также стремится к соответствующей перемене места в социальном и физическом пространстве. Кроме наблюдаемого повышения интереса к покупке работ данного художника дилеров и коллекционеров с более высокой позицией в поле, переопределение дистанций происходит в музее и в рамках частной коллекции. Когда давным-давно вошедшая

³¹ Долгин А. Прагматика культуры // Логос. 2002. № 2. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_02/06.htm (дата обращения: 20.05.2015).

³² Arts, research, innovations and society / Ed. by G. Bast, E. Carayannis, D. Campbell. Cham, 2015.

в нее работа вдруг обретает статус “жемчужины”, она получает соответствующее обращение, вплоть до самых мелких пространственных перемещений: ее перевешивают на лучшее место, если коллекция открыта для публики, или же переносят в сейф, специальный консервационный кейс, реставрируют в первую очередь и т.д.

Можно сказать, что сами эти манипуляции агентов относительно в той или иной мере материального объекта помогают произведению обрести его собственную ценность, дистанцированную от автора, хотя и не совершенно самостоятельную. Каждое новое произведение, выставка, продажа или резонансное событие, происходящее с художником, влияет на восприятие и оценку его работ, их позиции по сравнению с работами других авторов того же периода, стиля или школы. Таким образом, художник и его работы взаимно связаны, однако связь эта отличается по своему характеру в каждом из направлений.

Так, для действующего художника физическая потеря или порча работы представляет собой неприятную ситуацию, которая, тем не менее, никак не сказывается на его символической власти как производителя значений в поле. Инкорпорированная и институционализированная формы капитала не страдают; это практически не оказывает влияния и на объект-позиции оставшихся работ. В то же время смерть художника оказывает заметный эффект на все без исключения его работы. Германские ученые получили эмпирическое подтверждение существования “эффекта смерти” (“death effect”), который проявляется в изменении цены на произведения художника сразу после его смерти³³. Направление и размер эффекта зависит от возраста художника в момент смерти. Если художник умирает молодым, то цена на его работы обычно падает. Это происходит из-за сложности конструирования хорошей репутации и авторитета в поле производства искусства. Если молодого художника признали талантливым, т.е. способным занять приоритетную позицию в поле символического производства и, соответственно, стать высокооплачиваемым автором на рынке изобразительного искусства, то его инвестиционная привлекательность выше и его работы покупают по более высокой средней цене. Когда же такой художник умирает до момента достижения позиции, которая отвечала бы ожидаемому качеству его работ, то надежды коллекционеров на владение предметом, который в будущем будет иметь большую культурную ценность, не оправдываются, поэтому цена на такие работы падает. Эта связь ослабевает с ростом значения пере-

³³ Ursprung H.W., Wiermann Chr. Reputation, price and death: an empirical analysis of art price formation // *Economic Inquiry*. 2011. Vol. 49. Iss. 3. P. 697–715.

менной “возраст художника в момент смерти”. Более того, цена на работы художников, которые умирают в преклонном возрасте, получив заслуженное признание, растет в силу естественного дефицита. Для известного художника “эффект смерти” имеет большую величину, в то время как для малоизвестного художника колебания незначительны. Выходит, условная “общая ценность” работ фокусируется в самом художнике как агенте, конкурирующем за признание и создающем новые работы в соответствии со своей позицией в поле и габитусом.

Существует ряд “внешних” факторов, которые так или иначе продвигают того или иного автора или работу в маркетинговом смысле, напоминают о нем потенциальным зрителям и покупателям. Это происходит не только с ныне живущими, но и со старыми мастерами: выставки к годовщинам рождения обычно сопровождаются критическими статьями и публикациями в прессе, которые реактуализируют искусство прошлого; кино и беллетристика способны создать или поддержать интерес к искусству конкретного художника (“Афера Томаса Крауна”, “Код да Винчи”), стиля или эпохи. Даже если художнику не известна точная траектория работы и ее местонахождение в данный момент, то ее удачная перепродажа (подразумевающая перемещение в физическом пространстве в сторону центра) меняет его позицию в поле. Произведение, созданное в определенный момент творческой биографии, следовательно, с учетом эстетических, философских, собственно художественных идей и концепций, опосредующих творчество художника на момент создания, в дальнейшем функционирует как отдаленная в физическом пространстве, но неотрывная в социальном, объективация его культурного капитала в конкретный момент времени.

Если речь идет о произведении искусства, которое не обладает собственной физической материальностью — например, о перформансе, — то, на первый взгляд, произведение в этом случае предстает как инкорпорированный капитал агента, неотделимый от него самого. Видео и аудиозапись, с точки зрения компетентной публики, сохраняет лишь бледное подобие оригинального действия; впрочем, и это подобие может служить той формой, в которой капитал художника будет объективирован и конвертирован в экономический. Естественно, в случае приобретения музеем такого произведения автор лишается права демонстрировать эту свою работу без особого на то разрешения. Даже в случае буквального воспроизведения его перформанс может быть воспринят как: 1) новое произведение; 2) реплика, не претендующая на объект-позицию оригинала; 3) развлечение, не имеющее отношения к полю искусства. Закрепление права собственности на уникальное произведе-

ние, юридически существующее в единственном экземпляре, даже если фактически это не так, обеспечивает безопасность капиталов обладателей символической власти и укрепляет фундамент существования поля – дефицитность капитала.

Таким образом, произведение искусства, с нашей точки зрения, можно трактовать как ставку агента-художника в символической игре в поле искусства. Выигрыш этой ставки (включающий изменение позиции объекта в сопоставлении с другими объектами) возможен в том случае, если художник верно предусмотрел будущие тренды поля в момент создания и/или передачи произведения вторичному владельцу. Условиями такого понимания являются временное повышение позиции, позволяющее “заглянуть за горизонт”, очерченный собственным габитусом, целенаправленная работа агентов поля, а наиболее значимым – развитое “чувство игры”. Здесь время как фактор признания может быть раскрыто одновременно в трех плоскостях: 1) как затрачиваемый для создания и продвижения произведения ресурс, 2) как субъективная непрерывность, позволяющая характеризовать черты творческой манеры, 3) как объективная структура, связанная с властью номинации и переопределением границ дозволенного и приличествующего (в первую очередь, с “требованиями времени”, выдвигаемыми к произведению). Верно, что агенты, обладающие символической властью, склонны к производству таких различий, которые позволят им удержать свои привилегированные позиции. Однако в случае абсолютной закрытости этих позиций властные отношения в поле между этими агентами и всеми остальными оказались бы открыто определенными, поле потеряло бы интенцию и ресурс развития. Поэтому символическая борьба принимает характер игры, а в силу этого принятия позволяет некоторому количеству агентов радикально менять позицию в том случае, если их произведение-ставка, повинувшись случайности, окажется соответствующим тому принципу действия, который нормативно выигрышен.

Основой существования поля является определение ставок и специфических интересов символической игры в нем, которые не могут сводиться к ставкам и интересам других полей. Автономия поля существует благодаря определению ценности, которая, даже не будучи открыто артикулированная, находит выражение и (пере)утверждается в практиках агентов³⁴. Например, для поля науки такой высшей ценностью является особым образом доказанная и сформулированная истина, которая является целью деятельности

³⁴ *Фархатдинов Н.* Автономия живописи: от поля художественного произведения к раме картины // Социологическое обозрение. 2010. № 2. Т. 9.

любого ученого. Для поля экономики такой ставкой является максимизация прибыли, полученной социально легитимированным образом, в рамках определенных правил и ограничений. Выделение такой ценности для поля искусства из практик агентов представляется достаточно сложным, ведь агенты, которые создают искусство, создают его максимально разным, считая положительной характеристикой новизну, непохожесть и уникальность. Художники пытаются достичь максимального своеобразия в своей деятельности. Однако уникальность сама по себе не является ценностью, которая не может быть сведена к ценности любого другого поля, поскольку так же, как и новизна, она слишком абстрактна, чтобы обеспечить его автономию. Вместе с тем, каждый художник находится в рамках определенного культурного дискурса и художественной традиции, которые задают специфику используемого им набора выразительных средств и инструментов. Однако одно только приумножение образцов определенного стиля или, наоборот, изображение резонансных событий также не является осевой ценностью художественного поля.

Последовательно исключив весь спектр индивидуальных черт, характерных для творчества тех или иных художников или группировок, можем назвать автономизирующей ценностью поля производства изобразительного искусства саму эту субъективность. Определенное произведение искусства является объективацией габитуса агента-художника, инкорпорированных им представлений о сущности искусства, содержание труда художника и т.д.; успешное социальное утверждение персонального взгляда, личного ответа на вопрос “Что есть искусство?” делает конкретного художника известным. Это соответствует и упомянутым выше выкладкам Н. Лумана и Б. Гройса, и одному из основных принципов функционирования полей, выделенных П. Бурдьё, по которому автономия поля и его структура воспроизводятся в практиках агентов³⁵. Но в основе символической власти в поле искусства лежит сам акт утверждения-высказывания субъективной творческой свободы, который достаточно просто и полно выражен фразой “Я так вижу”, которая, таким образом, является перформативным высказыванием. С такой точки зрения для агентов-посредников приобретение произведений и владение ими являются попыткой одновременно предугадать и обеспечить определенным произведениям меру достаточной для выигрыша символической власти.

³⁵ Социоанализ Пьера Бурдьё: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.; СПб., 2001.

Индивидуальный выбор художником ответа на вопрос “Что есть искусство?” создает объект, в котором этот выбор воплощен; индивидуальный выбор посредника (критика, куратора, дилера, коллекционера) стремится утвердить понимание созданного объекта как “настоящего искусства”. Развивающаяся манера и перемены в нормативном ядре поля – вот те внешние и внутренние факторы, которые опосредуют попытку смены позиции агента-художника, принимаемую им посредством создания объекта. Процессы в поле выглядят как имеющие характер случайности для отдельно взятого агента, однако его ставка в каждый момент ее осуществления (производства) опосредуется его представлениями о наличном положении в поле и дальнейших тенденциях перераспределения капитала (“чувство игры”). Эта ставка дистанцирована во времени и пространстве от момента и места выигрыша. Корпус произведений может быть понят как внеобъектное социально маркированное целое, структурированное эволюцией художественной манеры автора и одновременно структурирующее его претензии на изменение позиции в поле. Произведение искусства, выигрывающее в символической игре в данный момент и занимающее, таким образом, близкое к центру место, не только вытесняет с этого места другие объекты, но и отодвигает их во времени от момента выигрыша, так как отныне принимает участие в переопределении границ поля и позиций в нем, обозначая эти позиции и границы, в том числе своим существованием и присутствием.

Предпринятая в этой статье попытка расширить рамки охвата теории полей П. Бурдые посредством включения в нее (материальных) объектов, безусловно, требует дальнейшего теоретического и эмпирического уточнения. Проведенный анализ поля искусства позволяет, однако, признать, что такой подход имеет значительный эвристический потенциал, позволяет прояснить механизмы осуществления символической игры и смены позиции агентов в поле. Поэтому мы надеемся, что предложенное нами расширение теории найдет свое продолжение в дальнейших исследованиях, в частности, может быть аналогичным образом применено к другим полям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Автономов Ю. Взгляд на искусство через призму экономической теории // Неприкосновенный запас. 2003. № 6 (32).

Белькевич Д. Олег Тистол – Рубрика “Арт-Каток, или Цифрами по творческому самолюбию” // Art Ukraine. 2014.02.04. URL: <http://artukraine.com.ua/a/art-katok-ili-ciframi-po-tvorcheskomu-samolyubiyu-oleg-tistol-/#.V7cmnluLTMw> (дата обращения: 05.08.2016).

Бурдые П. Социология социального пространства / Отв. ред. Н.А. Шматко. М.; СПб., 2007.

Бурдьє П. Рынок символической продукции // Социологическое пространство Пьера Бурдьє. URL: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja> (дата обращения: 26.11.2014).

Вынесен приговор осквернителю писсуара Марселя Дюшана (25.01.2006). URL: <http://www.newsru.com/cinema/25jan2006/urinal.html> (дата обращения: 13.08.2016).

Гройс Б. Что такое современное искусство // Митин журнал. 1997. Вып. 54.

Долгин А. Прагматика культуры // Логос. 2002. № 2. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_02/06.htm (дата обращения: 20.05.2015).

Калашиникова А.А. Профессионализм в практиках искусства: социологическое измерение // Методологія, теорія та практика аналізу сучасного суспільства: збірник наукових праць. Вип. 17. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011.

Калашинікова А.О. Приватна художня галерея: мистецтво на продаж (?) // Методологія, теорія та практика аналізу сучасного суспільства: збірник наукових праць. 2014. Вип. 19. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна.

Калашинікова А.О. Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Харків, 2016.

Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей: Сб. ст. / Под ред. В. Вахштайна. М., 2006.

Социоанализ Пьера Бурдьє: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.; СПб., 2001.

Уайт Х., Уайт С. Холсты и карьеры / Общ. ред. и вступ. ст. М.Л. Магидович. СПб., 2000.

Фархатдинов Н. Автономия живописи: от поля художественного произведения к раме картины // Социологическое обозрение. 2010. № 2. Т. 9.

REFERENCES

Avtonomov Y. Vzglyad na iskusstvo cherez prizmu jekonomicheskoy teorii // Neprikosnovennyj zapas. 2003. N 6 (32) (in Russian).

Arts, research, innovations and society / Ed. by G. Bast, E. Carayannis, D. Campbell. Cham, 2015.

Beckert J., Rössel J. The price of art // European Societies. 2013. Vol. 15. N 2.

Buy Art Gallery – URL: http://buyart.gallery/artists/oleg_tistol (assessed: 02.07.2016).

Bel'kevich D. Oleg Tistol – Rubrika “Art-Katok, ili Ciframi po tvorcheskomu samoljubiju” // Art Ukraine. 2014.02.04. URL: <http://artukraine.com.ua/a/art-katok-ili-ciframi-po-tvorcheskomu-samolyubiyu-oleg-tistol-/#.V7cmnluLTMw> (assessed: 05.08.2016) (in Russian).

Bourdieu P. Sociologija social'nogo prostranstva / Otv. red. N.A. Shmatko. M.; SPb., 2007 (in Russian).

Bourdie P. Rynok simvolicheskoy produkcii // Sociologicheskoe prostranstvo P'era Burd'e. URL: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja> (assessed: 26.11.2014) (in Russian).

Danko D. Nathalie Heinich's sociology of art – and sociology from art // Cultural Sociology. 2008. N 2 (2).

De La Fuente E. The new sociology of art': putting art back into social science approaches to the arts // Cultural Sociology. 2007. Vol. 1. N 3.

DiMaggio P., Mukhtar T. Arts participation as cultural capital in the United States, 1982–2002: signs of decline? // Poetics. 2004. N 32.

Dolgin A. Pragmatika kul'tury // Logos. 2002. N 2. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_02/06.htm (assessed: 20.05.2015) (in Russian).

Eyerman R., Ring M. Towards a new sociology of art worlds: bringing meaning back in // Acta Sociologica. 1998. Vol. 41.

Farhatdinov N. Avtonomija zhivopisi: ot polja hudozhestvennogo proizvedenija k rame kartiny // Sociologicheskoe obozrenie. 2010. N 2. T. 9 (in Russian).

Grojs B. Chto takoe sovremennoe iskusstvo // Mitin zhurnal. 1997. Vol. 54 (in Russian).

Howard S., Mundy J. Marcel Duchamp, Fontain 1917, replica 1964 – Summary. URL: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573> (assessed: 16.07.2016).

Kalashnykova A.A. Professionalizm v praktikah iskusstva: sociologicheskoe izmerenie // Metodologija, teorija ta praktyka analizu suchasnogo suspil'stva: zbirnyk naukovyh prac'. Vyp. 17. Harkiv, 2011 (in Russian).

Kalashnikova A.O. Pryvatna hudozhnja galereja: mystectvo na prodazh (?) // Metodologija, teorija ta praktyka analizu suchasnogo suspil'stva: zbirnyk naukovyh prac'. Vol. 19. Harkiv, 2013 (in Ukrainian).

Kalashnikova A.O. Rynok obrazotvorchogo mystectva: social'ni chynnyky stanovlennja i rozvytku v suchasnomu ukrai'ns'komu suspil'stvi: Avtoref. dyss. ... kand. sociol. nauk. Harkiv, 2016 (in Ukrainian).

Latur B. Gde nedostajushhaja massa? Socyologija odnoždvery / Socyologija veshhej: Sb. St. / Pod red. V. Vahshtajna. M., 2006 (in Russian).

Luhmann N., Roberts D. The work of art and the self-reproduction of art // Thesis Eleven. 1985. T. 12. N 1.

Rubio F.D., Silva E.B. Materials in the field: object-trajectories and object-positions in the field of contemporary art // Cultural Sociology. 2013. N 7 (2).

Socioanaliz P'era Burd'e: Al'manah Rossijsko-francuzskogo centra sociologii i filosofii Instituta sociologii Rossijskoj Akademii nauk. M.; SPb., 2001 (in Russian).

Tanner J. Michael Baxandall and the sociological interpretation of art // Cultural Sociology. 2010. N 4 (2).

The grand totals: exhibition and museum attendance numbers worldwide // The Art Newspaper. Special Report. International Edition. 2015. Apr. N 278. URL: http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2015/04/TheArtNewspaper_Ranking2014.pdf (accessed: 28.05.2015).

Uajt H., Uajt S. Holsty i kar'ery / Obshh. red. i vstup. st. M.L. Magidovich. SPb., 2000 (in Russian).

Ursprung H.W., Wiermann Chr. Reputation, price and death: an empirical analysis of art price formation // Economic Inquiry. 2011. Vol. 49. N 3.

Veltius O. Symbolic meanings of prices: constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries // Theory and Society. 2003. Vol. 32.

Vynesen prigovor oskvernitelju pissuara Marselja Djushana (25.01.2006). URL: <http://www.newsru.com/cinema/25jan2006/urinal.html> (assessed: 13.08.2016) (in Russian).