

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2026, Том 17, № 1 / 2026, Vol. 17, Iss. 1 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2026.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/42KLSK126.pdf>

DOI: 10.15862/42KLSK126 (<https://doi.org/10.15862/42KLSK126>)

5.10.1. Теория и история культуры, искусства (культурология)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Нусратуллин, И. В. Определение движущих сил арт-экономики в контексте гуманистической парадигмы / И. В. Нусратуллин // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2026. — Т. 17. — № 1. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/42KLSK126.pdf>. DOI: 10.15862/42KLSK126.

For citation:

Nusratullin I.V. Identifying the drivers of the art economy through the humanistic paradigm. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2026;17(1): 42KLSK126. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/42KLSK126.pdf>. DOI: 10.15862/42KLSK126. (In Russ., abstract in Eng.).

Исследование выполнено в рамках Госзадания УФИЦ РАН № 075-00576-26-00 на 2026 год и на плановый период 2027 и 2028 годов

УДК 330.101

Нусратуллин Ильмир Вилевич

ФГБНУ «Уфимского федерального исследовательского центра Российской академии наук», Уфа, Россия

Институт социально-экономических исследований

Старший научный сотрудник

Кандидат экономических наук

E-mail: nusratullin.iv@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7810-2945>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=527568

WoS: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/B-9365-2015>

Определение движущих сил арт-экономики в контексте гуманистической парадигмы

Аннотация. Современная экономическая наука трактует арт-экономику через призму анализа рыночных цен, вклада в валовый внутренний продукт и организацию занятости, игнорируя ее сущностные, неинструментальные движущие силы. Целью исследования является переосмысление движущих сил арт-экономики через концептуальную рамку гуманистической экономики, фокусирующейся на благополучии, человеческом развитии и социальных связях. Методологической основой исследования стал концептуальный анализ и синтез существующей литературы по экономике культуры, экономике счастья и подходу возможностей, а также использование вторичных данных для теоретической иллюстрации тезисов и выводов исследования. В результате проведенной работы выявлены три ключевые движущие силы арт-экономики, а именно: (1) созидание культурного смысла и идентичности как фундаментальная человеческая потребность; (2) искусство как генератор «реляционных благ» и социального капитала; (3) роль искусства в расширении «возможностей» и субъективного благополучия человека. Эти силы, хотя и плохо измеряемы в денежном выражении, являются первичными драйверами спроса, предложения и устойчивости арт-экономики. Статья предлагает новую теоретическую основу для политиков, менеджеров культурных институций и исследователей, позволяющую оценивать и поддерживать арт-сектор не только по экономическим, но и по гуманитарным критериям. Основной теоретический вклад заключается в парадигмальном сдвиге: от рассмотрения культурной

ценности как внешнего эффекта или «провала рынка» к пониманию ее как внутреннего, сущностного ядра экономических взаимодействий в сфере искусства.

Ключевые слова: экономика искусства; гуманистическая экономика; культурная ценность; реляционные блага; культурный капитал

Введение

Мировой арт-рынок, оцененный примерно в 67,8 млрд долларов США в 2022 году, и креативные индустрии в целом представляют собой значительный и растущий экономический сектор [1]. Традиционный экономический анализ достиг существенных успехов в количественной оценке данного сектора, преимущественно через призму промышленной организации, рынков труда и торговли объектами культуры [2]. Как отмечают исследователи, стандартные показатели, такие как добавленная стоимость, уровень занятости, доходы от экспорта и индексы аукционных цен, дают осязаемый, хотя и узкий, срез масштабов и рыночной динамики арт-экономики. Эта неоклассическая парадигма, будучи полезной для политического лоббирования и управления активами, принципиально ограничена в своей способности объяснить сущностные, фундаментальные движущие силы, которые питают создание, распространение и устойчивое потребление искусства [3].

Критический анализ научной литературы по теме исследования указывает на серьезный концептуальный пробел. Исследования часто фокусируются на инструментальных ценностях искусства — его вкладе в экономику, развитие территорий, инновации в смежных отраслях и прочем [4]. В то же время, его внутренняя ценность — способность обогащать человеческий опыт, формировать смыслы и способствовать рефлексии — остается недостаточно теоретизированной в рамках мейнстрим-экономического дискурса [5]. Как следствие, возникает парадокс: экономическая наука, описывающая арт-сектор, систематически игнорирует те самые антропологические, психологические и социальные мотивы, которые делают искусство устойчивым феноменом человеческой цивилизации и в конечном счете — основой для его экономической жизнеспособности.

На наш взгляд, плодотворный путь к разрешению этого парадокса лежит через обращение к парадигме гуманистической экономики. Этот междисциплинарный подход, укорененный в работах Amartya Sen [6] и Martha C. Nussbaum [7], смещает фокус с максимизации полезности и финансового капитала на расширение человеческого благополучия, социальных связей и сотрудничества. Гуманистическая экономика рассматривает экономические отношения как встроенные в социальные и моральные структуры, что перекликается с критикой Polanyi [8] «раскрепощенного» рынка. В рамках этой парадигмы экономический анализ выходит за рамки утилитаристской калькуляции и обращается к фундаментальным вопросам о том, что составляет полноценную человеческую жизнь и какое место в ней занимают культура и творчество. Таким образом, искусство перестает быть лишь частным благом или отраслью, а предстает как институциональная сфера, производящая ключевые общественные блага нематериального характера: культурный смысл, социальное доверие и когнитивно-эмоциональные способности.

Цель данного исследования заключается в том, чтобы переосмыслить и концептуализировать глубинные движущие силы арт-экономики через теоретическую рамку гуманистической экономики. Мы выдвигаем тезис о том, что первичными драйверами спроса и предложения в сфере искусства являются не денежные потоки сами по себе, а фундаментальные человеческие стремления, которые эти потоки лишь опосредуют. Для обоснования этого тезиса статья решает следующие задачи:

1. Провести критический анализ ограничений мейнстрим-экономических подходов к изучению искусства.
2. Синтезировать ключевые принципы гуманистической экономики, релевантные для анализа культурных феноменов.
3. Предложить и детально разработать трехкомпонентную модель движущих сил арт-экономики.
4. Обсудить методологические и политические импликации предложенной модели.

Данное исследование вносит вклад в экономическую науку, находящуюся на стыке экономики культуры, социальной экономики и экономики благосостояния. Оно предлагает целостную теоретическую рамку, которая позволяет перевести дискуссию о ценности искусства с языка рыночных отношений на язык фундаментальных человеческих потребностей и общественных благ, тем самым закладывая основу для более адекватной оценки и устойчивого управления арт-экономикой.

1. Обзор литературы

Традиционный экономический анализ искусства развивался преимущественно в рамках неоклассической парадигмы и «экономики культуры». Пионерские работы David Throsby [9] заложили основы понимания искусства как специфического блага, функционирующего одновременно на рынке товаров и на рынке идей, и ввели концепцию культурного капитала как актива, дающего поток как материальных, так и нематериальных выгод. Данный подход институционализирован через изучение таких феноменов, как механизмы формирования цен на аукционах [10], экономическая логика функционирования некоммерческих организаций в сфере исполнительного искусства [11], анализ инвестиционной доходности арт-активов как класса активов [12; 13] и моделирование спроса на культуру как функции дохода [14]. Указанные исследования предоставили инструментарий для количественного описания арт-рынка, однако не дали ответа на вопрос о движущих силах создания произведений искусства, кроме как в рамках классической экономической логики спроса и предложения, максимизации полезности и прибыли.

Параллельно, начиная с конца XX века, бурно развивалось направление, сфокусированное на креативных индустриях, где акцент сместился на вклад искусства в инновации, экономический рост и территориальное развитие [15–17]. Эмпирические исследования в этом русле демонстрировали положительную корреляцию между концентрацией «креативного класса» и такими экономическими показателями как уровень инноваций и рост ВВП. Однако этот инструменталистский взгляд, редуцирующий культурную ценность к экономической выгоде, вскоре подвергся развернутой критике. Исследователи указывали на игнорирование этим подходом негативных социальных последствий, таких как джентрификация, вытеснение локальных сообществ и усугубление социального неравенства [18; 19]. Таким образом, парадигма креативных индустрий, хотя и расширила научный дискурс вокруг сферы искусства, но не преодолела фундаментального разрыва между пониманием экономической и внутренней ценностью искусства.

Даже вопросы стимулирования и развития искусства со стороны государства рассматривались строго в рамках утилитаристской логики [20]. Искусство в этой плоскости оценивалось по его вторичным, инструментальным эффектам, таким как повышение туристической привлекательности или улучшение имиджа территории, формирование и развитие рынка предметов искусства, развитие музейной деятельности и т.п. [5]. Следовательно, сохранялась ситуация, при которой немонетарная ценность искусства, хотя и

признавалась, теоретически и методологически маргинализировалась, оставаясь «черным ящиком» в экономических моделях.

Альтернативная парадигма гуманистической экономики берет начало в глубокой критике утилитаристских оснований мейнстрима и предлагает принципиально иную систему координат для оценки человеческой деятельности. Её философский фундамент заложен в работах Amartya Sen и Martha C. Nussbaum. Данный подход осуществляет радикальный сдвиг фокуса с обладания товарами и максимизации полезности на реальную свободу человека жить той жизнью, которой «он имеет основания ценить» [6]. Nussbaum напрямую включает «способность играть» и «способность к воображению и критическому мышлению», неразрывно связанные с опытом искусства, в список центральных человеческих возможностей [7]. Это задает принципиально иной вектор оценки: ценность искусства заключается не в его рыночной цене или вкладе в экономический рост, а в его вкладе в человеческое развитие, агентность и расширение спектра доступных человеку «наличий и деяний».

Эта традиция перекликается с более ранней критикой «раскрепощенного рынка» Karl Polanyi, который показал, что рыночная экономика есть исторически специфический институт, встроенный в социальные и культурные отношения, которые она не может адекватно описать своими категориями [8]. Гуманистическая экономика, таким образом, настаивает на необходимости изучать экономические феномены (включая искусство) в их социальном и моральном контексте, а не как изолированную систему обмена.

В современном ключе эту линию развивает «экономика счастья», которая, используя эконометрические методы, предоставляет эмпирические аргументы против утилитаристского отождествления благосостояния с доходом. Многочисленные исследования демонстрируют слабую корреляцию между ростом дохода после достижения определенного порога и субъективным благополучием, в то время как такие факторы, как качество социальных связей, здоровье и содержательный досуг, включая культурное участие, оказываются более значимыми [21; 22]. Это ставит под сомнение адекватность традиционных экономических показателей для оценки благополучия и открывает дорогу для включения в анализ таких феноменов, как ценность культурного опыта.

Важным концептом для анализа социальной природы искусства в этой парадигме становится теория «реляционных благ». Реляционные блага — это нематериальные блага, которые производятся и потребляются только совместно в процессе межличностного взаимодействия, и ценность которых исчезает вне этого взаимодействия [23; 24]. Этот подход позволяет теоретизировать ценность совместного посещения театра, участия в фестивале или коллективного обсуждения произведения не как простую сумму индивидуальных полезностей, а как уникальный коллективный опыт, порождающий социальную связь и взаимное признание. Таким образом, гуманистическая экономика предлагает богатый концептуальный аппарат для анализа тех аспектов искусства, которые ускользают от мейнстрим-моделей.

В последнее десятилетие наметились попытки синтеза, направленные на преодоление разрыва между экономическими и гуманитарными оценками искусства. Исследования в области экономики культуры все чаще обращаются к смешанным методам для учета качественных аспектов культурной ценности [25]. Концепция ценностной экосистемы, где рыночная, культурная, и социальная ценности сосуществуют, взаимодействуют и оспариваются, становится популярным аналитическим инструментом, позволяющим ухватить множественность логик, действующих в арт-сфере [26]. Наконец, в работах, посвященных общественной ценности культуры, активно разрабатываются альтернативные методологии оценки, которые стремятся количественно или качественно зафиксировать вклад искусства в социальный капитал, индивидуальное благополучие, формирование идентичности и гражданскую активность [27; 28].

Если рассматривать научные исследования отечественных ученых, то они больше смещены в стороны исследования «креативной экономики». Это связано в первую очередь с активной государственной поддержкой данной отрасли со стороны государства начиная с 2021 года [29]. Арт-рынок в тоже время рассматривается как сектор креативной экономики со своими определенными особенностями — преимущественный переход в онлайн-сферу, использование искусственного интеллекта, применение невзаимозаменяемых токенов как новой формы создания и хранения продукта арт-экономики [30].

Несмотря на обширную литературу, систематическое применение целостного аппарата гуманистической экономики для выявления и структурирования первичных, а не производных движущих сил арт-экономики остается недостаточно разработанным. Существующие исследования, как правило, фокусируются на одном из аспектов (например, только на благополучии или только на социальном капитале) либо не предлагают единой теоретической рамки, которая бы связывала микроуровень человеческих мотиваций с мезоуровнем функционирования арт-институтов и макроуровнем культурной политики. Настоящая статья призвана заполнить этот концептуальный пробел. Мы предлагаем комплексную трехкомпонентную модель, которая интегрирует ключевые концепты гуманистической парадигмы, а именно созидание смысла, производство реляционных благ и расширение человеческих возможностей, в единую систему, объясняющую устойчивость и динамику арт-экономики. Этот синтез позволяет не просто добавить переменные в экономические модели, а предложить новую онтологию арт-экономики как экосистемы, фундаментально укорененной в социальной жизни и человеческом развитии.

2. Методология исследования

Настоящее исследование носит теоретико-концептуальный характер и имеет своей целью не эмпирическую верификацию гипотез, а построение новой концептуальной модели, которая предлагает принципиально иной взгляд на движущие силы арт-экономики. В связи с этим, применяемая методология направлена на достижение концептуальной строгости, логической согласованности и теоретической плодотворности предлагаемой модели. Методологический подход базируется на трех взаимосвязанных принципах:

1. Критический анализ и междисциплинарный синтез литературы.
2. Абдуктивный вывод и концептуальное моделирование.
3. Применение принципа «обоснованной теории» для формирования выводов, имеющих как теоретическую, так и практическую значимость.

Основной стратегией исследования является критический синтез междисциплинарной литературы. Это предполагает не пассивный обзор, а активную, конструктивную интеграцию концепций из различных, зачастую изолированных друг от друга областей знания: экономики культуры, гуманистической экономики, экономики счастья, социологии культуры и философии. Такой трансдисциплинарный синтез позволяет выявить латентные связи, преодолеть ограничения, присущие каждому из направлений в отдельности, и сгенерировать новое концептуальное понимание.¹ Анализ осуществляется на двух взаимодополняющих уровнях.

На первом уровне проводится имманентная критика. Мы выявляем внутренние противоречия и нерешенные проблемы в рамках существующих мейнстрим-экономических подходов к искусству. Ключевым объектом критики становится неспособность этих подходов

¹ Jesson, J. Doing your literature review: Traditional and systematic techniques / J. Jesson, L. Matheson, F.M. Lacey // London: Sage. — 2011. — URL: <https://archive.org/details/doingyourliterat0000jess> (дата обращения: 07.04.2026).

удовлетворительно объяснить фундаментальные парадоксы арт-экономики, такие как устойчивость некоммерческого художественного предложения в условиях рыночной нерентабельности, масштабы добровольческого труда или готовность потребителей платить за опыт, который не сводится к материальному обладанию. Эта критика не является отрицанием достижений данных подходов, а служит для четкого обозначения границ их объяснительной способности.

На втором уровне осуществляется трансдисциплинарный синтез. Здесь мы осуществляем целенаправленный отбор и адаптацию концептов из гуманистической парадигмы, которые обладают эвристической силой для разрешения проблем, выявленных на первом уровне. Цель заключается не в механическом переносе понятий, а в их творческой адаптации и интеграции в новую теоретическую рамку, специфически сфокусированную на арт-экономике.

На основе этого двухуровневого анализа строится концептуальная модель движущих сил арт-экономики. Процесс моделирования следует логике абдуктивного вывода (выведение наилучшего объяснения наблюдаемых фактов или явлений). В отличие от индукции (обобщение от частных случаев) и дедукции (вывод от общего к частному), абдукция заключается в поиске наилучшего, наиболее правдоподобного теоретического объяснения для совокупности наблюдаемых, но плохо объяснимых в существующих рамках явлений [31]. Мы выдвигаем нашу трехкомпонентную модель как правдоподобную теоретическую рамку, которая делает внутренне связным и осмысленным широкий спектр феноменов — от микро-мотиваций художника до макро-эффектов культурной политики.

Поскольку целью является теоретическое построение, основным «материалом» для анализа выступают научные материалы: тексты — ключевые публикации в рецензируемых научных журналах, монографии и авторитетные отраслевые доклады. Работа с источниками осуществляется методом целенаправленного теоретического отбора, заимствованным из качественной методологии.² Это означает, что новые источники привлекаются не для достижения статистической репрезентативности, а для концептуального «насыщения», то есть для углубления, уточнения и развития формирующихся аналитических категорий до момента, когда добавление новых данных перестает давать существенное приращение понимания.

Анализ текстовых данных проводится с использованием техник интерпретативного анализа содержания и концептуального картографирования. Этот процесс включает в себя несколько итеративных этапов:

1. Кодирование — текстуальное выделение ключевых понятий, аргументов и противоречий, относящихся к ценностным основаниям, мотивам акторов и экономическим механизмам в сфере искусства.
2. Категоризация — группировка выделенных кодов в более абстрактные и аналитически емкие категории.
3. Интеграция — установление логических и причинно-следственных взаимосвязей между категориями и их объединение в целостную теоретическую схему — итоговую модель трех движущих сил.

Для обеспечения научной строгости и обоснованности выводов в рамках теоретического исследования применяются следующие критерии, адаптированные из качественной традиции:

² Corbin, J. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (4th ed.) / J. Corbin, A. Strauss // Sage Publications. — 2014. — URL: <https://www.hse.ru/data/2010/09/03/1220649395/Страница%20Корбин%20Основы%20качественного%20исследования.pdf> (дата обращения: 07.04.2026).

1. Теоретическая чувствительность — постоянное рефлексивное сопоставление развиваемой модели с широким контекстом социально-экономической теории и эмпирическими исследованиями смежных областей.
2. Концептуальная согласованность — тщательная проверка внутренней логической непротиворечивости модели, связей между ее элементами и их соответствия исходным философским основаниям гуманистической экономики.
3. Эвристическая ценность — оценка способности модели порождать новые, нетривиальные исследовательские вопросы и предлагать свежие объяснения для давно наблюдаемых, но плохо понятых феноменов.
4. Практическая адекватность — соотнесение теоретических построений с актуальными проблемами и дилеммами реальной культурной политики и арт-менеджмента, описанными в научной и прикладной литературе.

Однако следует отметить наличие ограничений в применении описанной методологии исследования, а именно отсутствие прямой эмпирической проверки предложенной модели в рамках данной работы. Это характерно для стадий теоретической концептуализации и построения первичной, общей модели. Однако это ограничение не является фатальным, а, напротив, задает программу для дальнейших исследований.

Для демонстрации работоспособности и иллюстративной силы модели далее в работе используется метод теоретической иллюстрации [32]. Этот метод заключается в подборе релевантных эмпирических примеров и ссылок на существующие эмпирические исследования (например, работы по экономике счастья, измеряющие эффект культурного участия, или социологические исследования культурного потребления), которые логически согласуются с положениями модели и могут быть последовательно и непротиворечиво интерпретированы в ее рамках. Это позволяет связать абстрактную теорию и наблюдаемую реальность, демонстрируя объяснительный потенциал модели, не претендуя на ее исчерпывающую эмпирическую валидацию.

3. Результаты

Результатом проведенного концептуального исследования является модель, которая формирует понимание движущих сил арт-экономики, смещая аналитический фокус с рыночных отношений и финансовых потоков на фундаментальные человеческие потребности и социальные процессы.

В рамках гуманистической парадигмы арт-экономика предстаёт не как отрасль по производству специфических товаров и услуг, а как сложная экосистема, циркулируя в которой смыслов, социальных связей и человеческого потенциала создаёт ту самую ценность, которую рынок лишь частично и опосредованно фиксирует в ценах. Модель идентифицирует три взаимосвязанные и взаимоподкрепляющие первичные силы, действующие на микро- (индивид), мезо- (институты, сообщества) и макро- (общество) уровнях:

1. Созидание культурного смысла и идентичности.
2. Генерация реляционных благ и социального капитала.
3. Расширение человеческих возможностей и субъективного благополучия.

Эти силы формируют устойчивый, часто неэластичный по цене спрос и специфическое, не сводимое к чисто рыночной логике предложение в сфере искусства.

Визуальное представление модели сделано на рисунке 1.

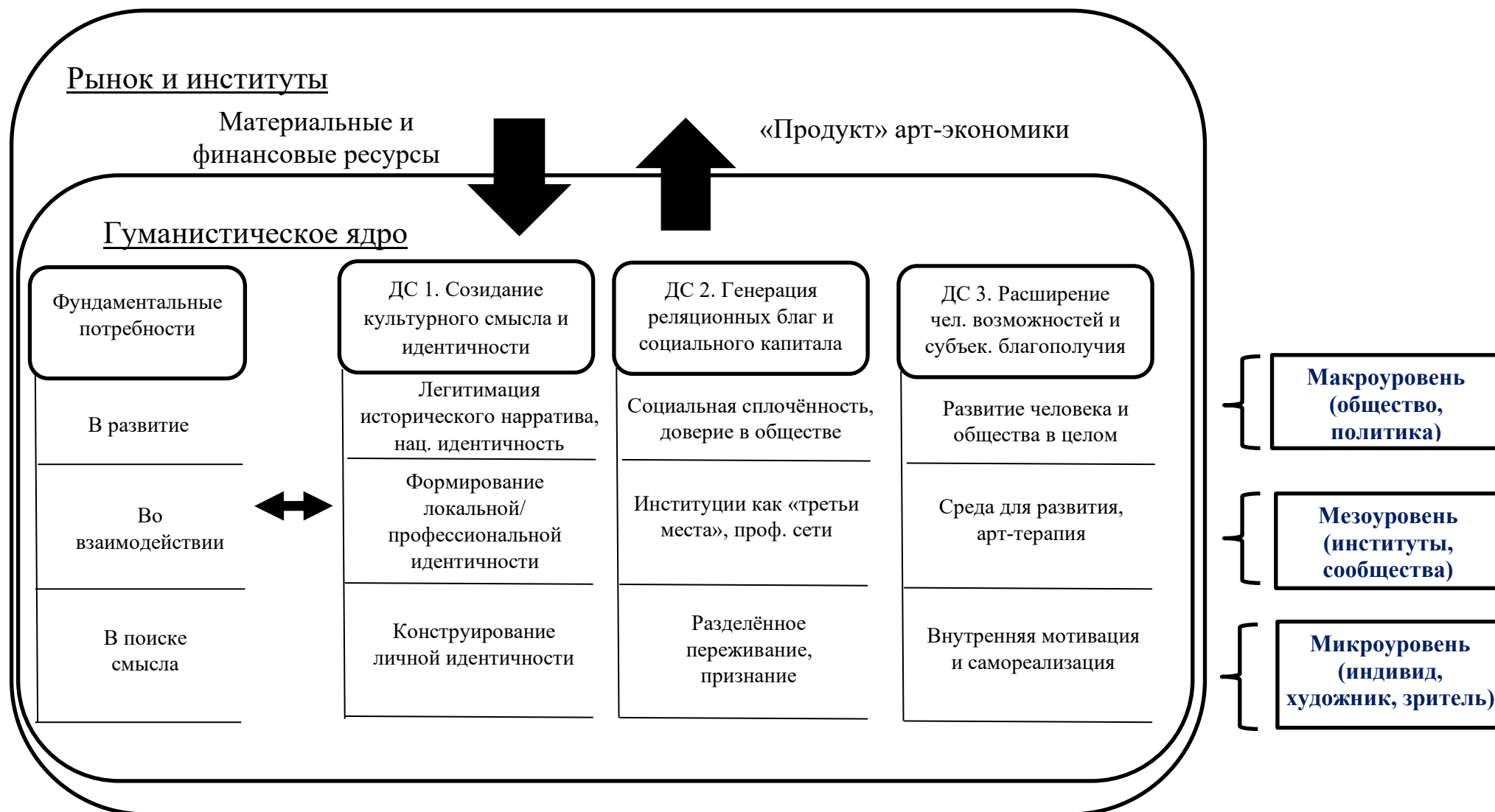


Рисунок 1. Концептуальная модель арт-экономик (составлено автором)

Движущая сила 1. Созидание культурного смысла и идентичности. Первый компонент модели раскрывает арт-экономику как экономику производства, обмена и присвоения смыслов. В противоположность неоклассической модели, где потребитель обладает экзогенными и стабильными предпочтениями [14], гуманистический подход рассматривает предпочтения как эндогенные, формирующиеся и трансформирующиеся в процессе культурного взаимодействия, обучения и рефлексии [25]. Искусство выступает ключевым институтом этого формирования, выполняя несколько взаимосвязанных функций, которые и порождают устойчивый спрос и предложение.

Во-первых, искусство служит механизмом обобщения коллективного и индивидуального опыта. Оно создаёт нарративы, символы и метафоры, которые позволяют индивиду и обществу осмыслить сложный, а зачастую и травматичный опыт — исторический, социальный, экзистенциальный. С экономической точки зрения, спрос на искусство в этом аспекте — это спрос на интерпретативные рамки, на «язык» для понимания мира и своего места в нём. Это проявляется в устойчивом интересе к историческим выставкам, литературе non-fiction, документальному театру или кино, которые помогают «переварить» переломные события своей жизни, сообщества, к которому причисляет себя индивид, своей страны. Например, феномен мемориальных музеев (истории войн, геноцида, тоталитаризма и т. п.) демонстрирует эту силу. Их экономическая модель — продажа билетов, сувениров — вторична, первичен спрос общества, выраженный через государственное финансирование, донорские пожертвования и волонтерский труд, на институционализацию коллективной памяти и формирование этически нагруженной национальной или общечеловеческой идентичности. Их «продукт» — это не развлечение, а легитимизированный исторический нарратив, выполняющий важнейшую социальную функцию.

Во-вторых, потребление и производство искусства являются мощными актами культурной идентификации и самоопределения. На микроуровне индивид, выбирая определённые произведения, стили или культурные платформы (от посещения конкретной галереи современного искусства до подписки на нишевый литературный журнал), осуществляет непрерывную работу по конструированию и презентации собственной идентичности. На мезоуровне города, регионы и даже целые нации активно инвестируют в музеи, памятники, биеннале и фестивали как в инструменты формирования, легитимации и продвижения уникальной локальной или национальной идентичности [33]. Однако в отличие от инструменталистского подхода креативных индустрий здесь акцент смещается. Не туристические потоки являются конечной целью, а глубокая потребность сообщества в аутентичном самовыражении и символическом самоутверждении, которое лишь опосредованно генерирует экономические эффекты.

В-третьих, концепция культурного капитала Pierre Bourdieu³ в рамках нашей модели переосмысливается. Мы смещаем акцент с его роли как инструмента социального различения на его функцию как общего символического ресурса и инфраструктуры смысла, необходимой для функционирования всего общества. Общий культурный код, а именно знание ключевых произведений, понимание основных художественных языков, владение символами, резко снижает транзакционные издержки коммуникации, способствует социальной сплочённости и создаёт основу для кооперации и взаимного доверия. Таким образом, инвестиции в художественное образование, доступ к наследию и поддержку живой культуры являются инвестициями в критически важную общественную инфраструктуру смысла, без которой эффективное социальное взаимодействие и инновация затруднены. Эта инфраструктура

³ Bourdieu, P. The forms of capital / P. Bourdieu // Handbook of theory and research for the sociology of education (ed. J.G. Richardson). — Westport, CT: Greenwood. — 1986. — P. 241–258. — URL: https://home.iitk.ac.in/~amman/soc748/bourdieu_forms_of_capital.pdf (дата обращения: 07.04.2026).

составляет невидимый, но фундаментальный каркас, на котором держится и рыночная активность в смежных секторах.

Движущая сила 2. Генерация реляционных благ и социального капитала. Второй компонент модели помещает арт-экономику в центр производства реляционных благ, ценность которых возникает исключительно в процессе совместного, неинструментального взаимодействия и не может быть потреблена [23; 25]. В этом аспекте искусство предстаёт как один из самых мощных социальных технологий по созданию таких благ, что объясняет его устойчивость вопреки логике цифровых субститутов и формирует специфический характер спроса на живое участие.

Ключевым экономическим следствием реляционной природы многих художественных практик является тот факт, что цифровые репродукции (аудио-, видеозаписи, онлайн-коллекции) выступают неполноценными, а не совершенными субститутами живого посещения. Ценность концерта, спектакля или открытия выставки в значительной мере создаётся не на сцене или на стене, а в пространстве разделённого, синхронизированного переживания с другими зрителями. Коллективный смех, напряжённая тишина, общее чувство катарсиса, последующее обсуждение в фойе — всё это составляет неделимый и неотчуждаемый компонент потребления. Этот аспект поддерживает экономическую устойчивость институтов исполнительских искусств и массовых культурных событий даже в эпоху повсеместной цифровизации, создавая спрос на уникальный, невозпроизводимый опыт совместного взаимодействия.

Далее, институты арт-экономики исторически и сегодня выступают в роли «третьих мест» [34], то есть нейтральных публичных пространств, отличных от дома (первое место) и работы (второе место). Театры, кино клубы, литературные кафе, публичные библиотеки и музеи являются площадками, где формируются слабые социальные связи, зарождаются гражданские инициативы и происходит межгрупповой диалог. Совместное культурное участие, особенно в локализованных, регулярных форматах, создаёт основу для обобщённого доверия, снижая социальную энтропию и риски оппортунистического поведения в других сферах общественной жизни [35]. С сугубо экономической точки зрения, высокий уровень социального капитала и доверия, генерируемый такими практиками, существенно снижает издержки координации, контрактации и мониторинга в локальном сообществе, что является ключевым нематериальным активом для развития малого бизнеса, социального предпринимательства и инноваций.

Наконец, профессиональные сообщества в сфере искусства (художников, кураторов, критиков, независимых продюсеров) функционируют как плотные сети неформального обмена скрытым, «неявным знанием». Эти сети, основанные на взаимном эстетическом признании, доверии и общих ценностях, являются инкубаторами новых идей, стилей и художественных языков. В гуманистической перспективе их ценность заключается не только в порождении инноваций для креативных индустрий, что признаёт и мейнстрим-подход, но и в поддержании самой возможности аутентичного культурного диалога, критики и эксперимента, который является общественным благом, обогащающим всю культурную экосистему. Успех массовых уличных фестивалей, карнавалов или паблик-арт-проектов ярко иллюстрирует эту силу. Их финансовая модель часто нестабильна и несамодостаточна, но их мощная социальная и политическая поддержка объясняется именно способностью временно преобразовывать публичное пространство в зону некоммерческого, праздничного общения, укрепляя чувство общности и коллективной принадлежности к городу, территории.

Движущая сила 3. Расширение человеческих возможностей и субъективного благополучия. Третий компонент модели основывается на «подходе возможностей» Amartya Sen и Martha C. Nussbaum. Здесь арт-экономика рассматривается как система, расширяющая способности человека «быть и делать» то, что он имеет основания ценить для полноценной

жизни [6]. Эта сила действует как на стороне потребления (развивая способности зрителя/слушателя), так и на стороне производства (объясняя внутреннюю мотивацию творца), и напрямую связана с субъективным благополучием.

Со стороны потребления искусство выступает как уникальная «школа» воображения, эмпатии и критической рефлексии. Взаимодействие со сложным, многогранным, порой диссонансным искусством активно развивает когнитивные и эмоциональные способности, которые Martha C. Nussbaum [7] относит к центральным человеческим возможностям: способность к чувствам, воображению, критическому мышлению и способность заботиться о других живых существах). Эти способности являются не только личным достоянием, повышающим качество жизни, но и основой для функционирования здорового, рефлексивного и солидарного общества, способного к публичным дебатам и учёту позиции другого индивида. Таким образом, инвестиции в арт-образование и обеспечение широкого доступа к разнообразному искусству есть инвестиции в человеческий капитал нового типа — капитал рефлексивности, эмпатии и гражданственности, который невозможно сформировать через традиционное профессиональное обучение.

Со стороны предложения мотивация художника, ремесленника, исполнителя зачастую принципиально не сводима к логике максимизации дохода. Она гораздо точнее описывается концепциями внутренней мотивации и самодетерминации [36] и полной поглощённости творческой деятельностью ради неё самой, ради удовольствия от процесса и самореализации [37]. Этот не-экономический драйвер является ключом к пониманию устойчивости художественного предложения в условиях хронической рыночной неопределённости, низких медианных доходов и высоких профессиональных рисков. Значительная часть арт-экономики держится именно на этих внутренних стимулах — жажде самовыражения, стремлении к признанию профессионального сообщества, потребности оставить культурный след. Это объясняет, почему предложение искусства не исчезает даже в секторах заведомо нерентабельных с точки зрения чистой рыночной логики.

Наконец, многочисленные эмпирические исследования в рамках экономики счастья последовательно демонстрируют, что активное и пассивное участие в культурной жизни является значимым и устойчивым фактором субъективного благополучия. Этот эффект часто оказывается более сильным, чем рост дохода после удовлетворения базовых материальных потребностей [21; 22]. Искусство предоставляет механизмы для катарсиса, самопознания, эмоциональной регуляции и переживания ощущения связи с чем-то большим, чем собственное «я» — с сообществом, историей, универсальными вопросами бытия. Этот прямой, непосредственный рыночными механизмами вклад в качество жизни представляет собой самостоятельную, суверенную ценность искусства. Широкое и растущее признание практик арт-терапии в системах здравоохранения и социальной работы служит прямым доказательством этой силы. Хотя эти практики могут демонстрировать экономическую эффективность (например, снижение затрат на медикаментозное лечение депрессии), их первооснова — признание уникальной способности художественной деятельности восстанавливать и расширять психические, эмоциональные и коммуникативные возможности человека после травмы, болезни или социальной изоляции.

Взаимодействие и системный характер движущих сил. Важнейшим результатом исследования является не изолированное описание, а демонстрация системной взаимосвязи и синергии трёх движущих сил. Они образуют динамическую экосистему, где усиление одной силы потенцирует проявление других. Например, совместное посещение театральной постановки (Движущая сила 2) многократно усиливает её эмоциональное и интеллектуальное воздействие, развивая способность к эмпатии и критическому осмыслению (Движущая сила 3). Этот обогащённый коллективный опыт, в свою очередь, становится материалом для новых

разговоров, споров и интерпретаций, обогащая общий культурный нарратив и символический ресурс сообщества (Движущая сила 1). Художник, движимый внутренней мотивацией и стремлением к самовыражению (Движущая сила 3), создаёт произведение, которое может стать ядром для формирования субкультурной или локальной идентичности (Движущая сила 1) и предметом интенсивного обсуждения, сплачивающего сообщество ценителей (Движущая сила 2).

Таким образом, арт-экономика в рамках предлагаемой модели предстаёт как сложная, живая экосистема, в которой непрерывно циркулируют и трансформируются смыслы, социальные связи и человеческие потенциалы. Рыночные механизмы, а именно цены, контракты, инвестиции, являются вторичным, обслуживающим слоем, функцией которой является координация ресурсов и частичная монетизация процессов, первичные движители и конечные «продукты» которых лежат в сфере фундаментальных человеческих потребностей, описываемых гуманистической экономикой. Этот взгляд позволяет объяснить устойчивость арт-экономики, её способность воспроизводиться и развиваться даже в неблагоприятных рыночных условиях, поскольку её корни уходят глубже рыночной конъюнктуры — в антропологические и социальные основы человеческого существования.

4. Обсуждение, дальнейшие исследования

Представленная трехкомпонентная модель движущих сил арт-экономики предлагает не просто расширение списка переменных, а парадигмальный сдвиг в понимании того, что является ядром и источником жизнеспособности данной сферы. В данном разделе мы синтезируем основные выводы, обсуждаем их теоретические и практические следствия, признаем ограничения и намечаем программу будущих исследований, вытекающую из предложенной модели.

Основной теоретический вклад работы заключается в преодолении концептуального дуализма между «экономикой» и «культурной ценностью». Традиционные модели, даже признавая неэкономические аспекты искусства, часто трактуют их как положительные экстерналии, побочные продукты рыночной деятельности (например, рост стоимости недвижимости вокруг музея) или как проявления «провалов рынка», требующие компенсирующего вмешательства [20]. Наша модель инвертирует эту логику. Созидание смысла, генерация социального капитала и расширение человеческих возможностей — это не побочные эффекты, а первичные цели и внутренние двигатели функционирования всей арт-экосистемы. Рыночные транзакции и финансовые потоки предстают как вторичные, производные механизмы координации и перераспределения ресурсов, необходимые для обслуживания этих глубинных процессов. Таким образом, исследование предлагает более эмпирически адекватную модель арт-экономики, способную объяснить поведение акторов, которое с позиций узкого экономического детерминизма кажется иррациональным. Это переосмысление позволяет по-новому взглянуть на устойчивые парадоксы арт-экономики:

1. Парадокс некоммерческого предложения. Почему художественное предложение сохраняется в секторах с хронической нерентабельностью? Стандартный ответ: субсидии, компенсирующие провал рынка. Наша модель предлагает иное объяснение: предложение подвижно внутренней мотивацией и потребностью в самовыражении/созидании смысла (Движущая сила 3 и 1), а институциональная форма некоммерческой организации зачастую лучше защищает эти цели от коммерческого давления, выступая «убежищем» для производства общественных благ.

2. Парадокс добровольческого труда. Широкое распространение волонтерства в музеях, фестивалях, театрах не укладывается в классическую экономическую модель. В рамках нашей модели этот труд является актом совместного производства реляционных благ — получение

социальных связей, признания и принадлежности (Движущая сила 2) и одновременно инвестицией в культурный капитал и идентичность сообщества (Движущая сила 1).

Признание предложенных движущих сил ставит сложнейший методологический вопрос: как их операционализировать и измерить? Это прямой вызов для количественной экономической науки, привыкшей оперировать цифрами. Наша модель подразумевает необходимость методологического плюрализма и разработки новых показателей, что открывает плодотворную программу для будущих исследований.

К примеру, для изучения созидания смысла и идентичности (Движущая сила 1) возможно использовать следующие научные методы: глубинные интервью, нарративный и дискурс-анализ медиаконтента, анализ визуальных репрезентаций. Для анализа генерации реляционных благ и социального капитала (Движущая сила 2) эффективны социальный сетевой анализ для картирования связей вокруг институций, этнографические наблюдения, лонгитюдные исследования уровня доверия в сообществах. Для оценки влияния на возможности и благополучие (Движущая сила 3) необходимы лонгитюдные панельные опросы (интеграция модулей по культурному участию в исследования качества жизни) и рандомизированные контролируемые эксперименты, оценивающие изменения в когнитивных и эмпатических способностях.

Требуется также создание системы индикаторов, альтернативных или дополняющих ВВП, для оценки вклада культуры. Это могут быть, к примеру,

1. Индекс культурного благополучия территории: включает доступность институций, разнообразие предложения, уровень и глубину участия населения.
2. Индекс прочности культурных сетей — измеряет плотность сотрудничества между институциями, уровень доверия и кооперации в профессиональном сообществе.
3. Индекс культурных возможностей — оценивает доступ разных социальных групп к ресурсам для художественного самовыражения, образования и развития вкуса.

В тоже время, предложенная модель имеет прямые и практические следствия для политиков, менеджеров культурных институций и фандрайзеров, предполагая пересмотр ключевых подходов, что также требует дополнительных исследований.

Заключение

Настоящее исследование носит теоретико-концептуальный характер, что является его основным ограничением. Модель требует дальнейшей эмпирической верификации, операционализации и уточнения в различных национальных и институциональных контекстах.

Она также не дает готовых ответов на сложные нормативные вопросы о балансе между элитарным и массовым искусством, между коммерческим успехом и художественным новаторством, между глобальным рынком и локальной культурной экосистемой.

Тем не менее исследование достигает своей основной цели: предлагает целостную концептуальную рамку для переосмысления арт-экономики. Мы показали, что ее первичной движущей силой является не денежная стоимость, а способность удовлетворять фундаментальные человеческие потребности в смысле (осмысленном существовании и идентичности), связи (принадлежности, доверии и совместности) и развитии (реализации потенциала, благополучии и агентности).

Гуманистическая экономика, с её акцентом на человеческое развитие, социальную встроенность и многомерность ценности предоставляет необходимый язык и инструментарий, чтобы сделать эти силы видимыми и центральными как в академическом дискурсе, так и в практической политике. Признание этих сил — это не отрицание экономического анализа, а шаг к его углублению и гуманизации, к построению более сложной, многомерной и, в конечном счете, более адекватной экономической науки, способной описать одну из самых древних и существенных сфер человеческой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. McAndrew, C. The Art Basel and UBS Global Art Market Report / C. McAndrew // Art Basel & UBS. — 2023. — URL: <https://www.artbasel.com/stories/the-art-basel-and-ubs-global-art-market-report-2023> (дата обращения: 07.04.2026).
2. Throsby, D. The economics of cultural policy / D. Throsby // Cambridge University Press. — 2010. — DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511845253>.
3. Hynes, M. Interdisciplinarity, art and immaterial labour in the creative economy: Maurizio Lazzarato and the production of value in ArtScience practice / M. Hynes // Journal of Sociology. — 2023. — Т. 60, № 2. — С. 382–398. — DOI: <https://doi.org/10.1177/1w4407833231190482>.
4. Lee, R. Economic growth and the arts: a macroeconomic study / R. Lee, K. Hong, W. Chang // Cogent Business & Management. — 2020. — Т. 7, № 1. — DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1807203>.
5. Hutter, M. Beyond price: Value in culture, economics, and the arts / M. Hutter, D. Throsby // Cambridge University Press. — 2007. — URL: <https://archive.org/details/beyondpricevalue0000unse> (дата обращения: 07.04.2026).
6. Sen, A. Development as freedom / A. Sen // Oxford University Press. — 1999. — URL: https://raggeduniversity.co.uk/wp-content/uploads/2025/01/1_x_senDevelopmentasFreedom-_compressed.pdf (дата обращения: 07.04.2026).
7. Nussbaum, M. Creating Capabilities / M. Nussbaum // Cambridge, MA and London, England: Harvard University Press. — 2011. — DOI: <https://doi.org/10.4159/harvard.9780674061200>.
8. Polanyi, K. The great transformation / K. Polanyi // New York: Farrar & Rinehart. — 1944. — URL: <https://archive.org/details/greattransformat0000pola> (дата обращения: 07.04.2026).
9. Throsby, D. Cultural capital / D. Throsby // Journal of Cultural Economics. — 1999. — Т. 23. — С. 3–12. — DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1007543313370>.
10. Ashenfelter, O. Auctions and the price of art / O. Ashenfelter, K. Graddy // Journal of Economic Literature. — 2003. — Т. 41, № 3. — С. 763–787. — DOI: <https://doi.org/10.1257/002205103322436188>.
11. Hansmann, H. Nonprofit enterprise in the performing arts / H. Hansmann // Bell Journal of Economics. — 1981. — Т. 12, № 2. — С. 341–361. — URL: <https://ideas.repec.org/a/rje/bellje/v12y1981autumnp341-361.html> (дата обращения: 07.04.2026).

12. Goetzmann, W.N. Accounting for taste: Art and the financial markets over three centuries / W.N. Goetzmann // *American Economic Review*. — 1993. — Т. 83, № 5. — С. 1370–1376. — URL: https://econpapers.repec.org/article/aeaecrev/v_3a83_3ay_3a1993_3ai_3a5_3ap_3a1370-76.htm (дата обращения: 07.04.2026).
13. Renneboog, L. Buying beauty: On prices and returns in the art market / L. Renneboog, C. Spaenjers // *Management Science*. — 2013. — Т. 59, № 1. — С. 36–53. — DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1580>.
14. Stigler, G.J. De gustibus non est disputandum / G.J. Stigler, G.S. Becker // *The American Economic Review*. — 1977. — Т. 67, № 2. — С. 76–90. — URL: <http://www.jstor.org/stable/1807222> (дата обращения: 07.04.2026).
15. Caves, R.E. *Creative industries: Contracts between art and commerce* / R.E. Caves // London: Harvard University Press. — 2000. — URL: <https://archive.org/details/creativeindustri0000cave/mode/2up> (дата обращения: 07.04.2026).
16. Florida, R.L. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life* / R.L. Florida // New York: Basic Books. — 2004. — URL: <https://archive.org/details/riseofcreativecl0000flor> (дата обращения: 07.04.2026).
17. Potts, J. *Creative industries and economic evolution* / J. Potts // Edward Elgar Publishing. — 2011. — URL: https://openlibrary.org/books/OL25977320M/Creative_Industries_And_Economic_Evolution (дата обращения: 07.04.2026).
18. Peck, J. *Struggling with the creative class* / J. Peck // *International Journal of Urban and Regional Research*. — 2005. — Т. 29, № 4. — С. 740–770. — DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2005.00620.x>.
19. Markusen, A. Fuzzy concepts, proxy data: Why indicators would not track creative placemaking success / A. Markusen // *International Journal of Urban Sciences*. — 2013. — Т. 17, № 3. — С. 291–303. — DOI: <https://doi.org/10.1080/12265934.2013.836291>.
20. Frey, B.S. *Arts & economics: Analysis & cultural policy* / B.S. Frey // Springer. — 2003. — URL: https://archive.org/details/artseconomicsana0000frey_u5j1 (дата обращения: 07.04.2026).
21. Frey, B.S. What can economists learn from happiness research? / B.S. Frey, A. Stutzer // *Journal of Economic Literature*. — 2002. — Т. 40, № 2. — С. 402–435. — DOI: <https://doi.org/10.1257/jel.40.2.402>.
22. Clark, A.E. *The origins of happiness: The science of well-being over the life course* / A.E. Clark, S. Flèche, R. Layard, N. Powdthavee, G. Ward // Princeton University Press. — 2018. — DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctvc77dgg>.
23. Uhlaner, C.J. Relational goods and participation: Incorporating sociability into a theory of rational action / C.J. Uhlaner // *Public Choice*. — 1989. — Т. 62. — С. 253–285. — DOI: <https://doi.org/10.1007/BF02337745>.
24. Gui, B. *Economics and Social Interaction. Accounting for Interpersonal Relations* / B. Gui, R. Sugden // Cambridge: Cambridge University Press. — 2005. — URL: https://openlibrary.org/books/OL17187959M/Economics_and_social_interaction (дата обращения: 07.04.2026).
25. Klamer, A. *Doing the right thing: A value based economy* / A. Klamer // Ubiquity Press. — 2017. — URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv3t5r85> (дата обращения: 07.04.2026).

26. Stark, D. The sense of dissonance: Accounts of worth in economic life / D. Stark // Princeton University Press. — 2009. — URL: <https://archive.org/details/senseofdissonance0000star> (дата обращения: 07.04.2026).
27. Crossick, G. Understanding the value of arts & culture: The AHRC Cultural Value Project / G. Crossick, P. Kaszynska // Arts and Humanities Research Council. — 2016. — URL: <https://le.ac.uk/-/media/uol/docs/research-centres/rcmg/publications/ahrc-understanding-the-value-of-arts-and-culture.pdf> (дата обращения: 07.04.2026).
28. Belfiore, E. Whose cultural value? Representation, power and creative industries / E. Belfiore // International Journal of Cultural Policy. — 2020. — Т. 26, № 3. — С. 383–397. — DOI: <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1495713>.
29. Абанкина, Т.В. Креативная экономика в России: новые тренды / Т.В. Абанкина // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2022. — № 2(54). — С. 222–229. — DOI: <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2022-54-2-13>.
30. Жилина, И.Ю. Арт-рынок как сектор креативной экономики / И.Ю. Жилина // Экономические и социальные проблемы России. — 2022. — № 4(52). — С. 30–60. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49993303> (дата обращения: 07.04.2026).
31. Timmermans, S. Theory construction in qualitative research: From grounded theory to abductive analysis / S. Timmermans, I. Tavory // Sociological Theory. — 2012. — Т. 30, № 3. — С. 167–186. — DOI: <https://doi.org/10.1177/0735275112457914>.
32. Swedberg, R. Before theory comes theorizing or how to make social science more interesting / R. Swedberg // The British Journal of Sociology. — 2016. — Т. 67, № 1. — С. 5–22. — DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12184>.
33. Grodach, C. The politics of urban cultural policy. Global perspectives / C. Grodach, D. Silver // London: Routledge. — 2012. — DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203088777>.
34. Oldenburg, R. The great good place: Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community / R. Oldenburg // Paragon House. — 1989. — URL: <https://archive.org/details/greatgoodplaceca00olde> (дата обращения: 07.04.2026).
35. Putnam, R.D. Bowling alone: The collapse and revival of American community / R.D. Putnam // New York: Simon & Schuster. — 2000. — URL: <https://archive.org/details/bowlingalone00robe> (дата обращения: 07.04.2026).
36. Deci, E.L. The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior / E.L. Deci, R.M. Ryan // Psychological Inquiry. — 2000. — Т. 11, № 4. — С. 227–268. — DOI: https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01.
37. Csikszentmihalyi, M. Flow: The psychology of optimal experience / M. Csikszentmihalyi // New York: Harper & Row. — 1990. — URL: <https://archive.org/details/flowpsychologyof00csik> (дата обращения: 07.04.2026).

Nusratullin Ilmir Vilovich

Ufa Federal Research Centre of the Russian Academy of Sciences, Ufa, Russia
Institute of Social and Economic Researches
E-mail: nusratullin.iv@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7810-2945>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=527568

WoS: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/B-9365-2015>

Identifying the drivers of the art economy through the humanistic paradigm

Abstract. Mainstream economic analysis interprets the art economy through the lens of market prices, Gross Domestic Product contributions, and employment structures, thereby overlooking its essential, non-instrumental driving forces. The aim of this study is to reconceptualize the drivers of the art economy through the conceptual framework of humanistic economics, which focuses on well-being, human development, and social connections. The research is methodologically grounded in conceptual analysis and synthesis of the existing literature on cultural economics, happiness economics, and the capabilities approach, complemented by the use of secondary data to theoretically illustrate the study's propositions and conclusions. As a result of the research, three key driving forces of the art economy are identified: (1) the creation of cultural meaning and identity as a fundamental human need; (2) art as a generator of 'relational goods' and social capital; (3) the role of art in expanding human capabilities and enhancing subjective well-being. These forces, although difficult to measure in monetary terms, constitute the primary drivers of demand, supply, and resilience within the art economy. The article offers a new theoretical foundation for policymakers, cultural institution managers, and researchers, enabling the assessment and support of the art sector not only by economic but also by humanistic criteria. The principal theoretical contribution lies in a paradigm shift: from treating cultural value as an externality or a «market failure» to understanding it as an intrinsic, essential core of economic interactions in the sphere of art.

Keywords: art economics; humanistic economics; cultural value; relational goods; cultural capital