

ИСКУССТВО И РЫНОК: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

А. В. Маркелова

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Поступила в редакцию 5 июля 2023 г.

Аннотация: традиционно искусство воспринимается как автономная сфера, существующая без всякой посторонней цели исключительно для себя. Такое понимание искусства восходит к философии Просвещения и получает теоретическое обоснование в трудах И. Канта. В данной статье предпринята попытка рассмотреть, какие социально-экономические причины сформировали такое представление. Взглянув на предмет исследования с точки зрения социальной философии, авторы проследили влияние потребительской экономики на развитие искусства. В результате сделан вывод, что искусство никогда не было независимой сферой, а производство искусства на протяжении всей истории укреплялось в статусе товара. В качестве возможного выхода из сложившейся ситуации выдвинуто предложение рассматривать искусство с точки зрения этики как инструмент трансформации социальной реальности.

Ключевые слова: автономия искусства, художественный рынок, искусство-как-товар, капитализм.

Abstract: the traditional view of art is that it exists as an autonomous sphere, with no external purpose, solely for its own sake. This understanding of art originates from the philosophy of the Enlightenment and is theoretically justified in the works of Immanuel Kant. This article attempts to examine the social and economic factors that have shaped this perception. Looking at the subject from the perspective of social philosophy, the authors trace the influence of consumer economy on the development of art. As a result, the conclusion is drawn that art has never been an independent sphere, and throughout history, works of art have been solidified as commodities. As a possible way out of this situation, the proposal is put forward to consider art from an ethical perspective as a tool for transforming social reality.

Key words: autonomy of art, art market, art-as-a-commodity, capitalism.

Искусство как объект изучения представляло интерес для человека на протяжении развития всей истории. Понимание сущности искусства определялось общим мировоззренческим контекстом конкретной эпохи. В Античности оно служило способом познания мира и отображением природы, в Средневековье являлось неотделимой частью церковной практики. С распространением светской культуры и отделением наук в отдельную сферу в эпоху Просвещения искусство становится предметом исследования таких наук, как искусствоведение и эстетика, в связи с чем получает прочную философскую и историческую основу. В первой половине XIX в. благодаря воздействию идей Великой французской революции, влиянию эстетических концепций И. Канта, Ф. В. Шеллинга, А. В. и Ф. Шлегелей и Г. Ф. Гегеля возникает целостное определение искусства как незаинтересованного и автономного занятия, направленного на созидание прекрасного ради чистого удовольствия. Несмотря на то, что с тех пор прошло около трех веков, а современные концепции искусства размножились до невероятного количества, именно вышеназванная остается традиционной и, на наш взгляд, интуитивно разделяемой большинством людей независимо от их культуры и уровня образования.

Данное определение искусства основывается на суждении, что некий объект прекрасен, а значит, достоин называться «искусством». Хотим подчеркнуть, что суждение якобы совершенно незаинтересованно, свободно от представлений о пользе или истинности содержания этого объекта и вместе с тем оно обладает всеобщей значимостью, выносится неким «универсальным голосом». Эти интуиции получили теоретическое обоснование в «Критике способности суждения» И. Канта [1]. В работе философ описывает искусство через серию редуций того, что им не является: природа, наука и ремесло. Так, по Канту, искусство отличается от природы как вещь произведенная, сделанная. Затем, среди сделанных вещей искусством являются только те, которые произведены так, что, при всём знании технологий, их невозможно воспроизвести. Точнее, невозможно воспроизвести ту их особенность, которая и делает их искусством. Это – тот избыток мастерства, который делает художника художником. И, наконец, среди всех таких мастерски исполненных объектов Кант называет искусством только те, которые сделаны «в качестве игры, то есть занятия, самого по себе приятного», как он выражается, а не как занятие «само по себе неприятное, привлекательное лишь своим результатом (например, оплатой), к которому поэтому можно принуждать» [там же, с. 177]. На наш взгляд, Кант не случайно дает

определение искусству именно с помощью редукции. Тем самым он *исключает* искусство из всего остального, иными словами, подчеркивает его *исключительность*, особенность и автономность. Чуть позже такое понимание искусства легитимируется в программе «искусства для искусства» Т. Готье и концепции живописи как проекта самоосмысления восприятия Э. Мане. Тем не менее автономия не может претендовать на внеисторическую или онтологическую предпосылку эстетического опыта. Поскольку, как мы отметили выше, сама концепция автономии эстетики определялась общим контекстом философии Просвещения, которая сопротивлялась всеобщей инструментализации опыта, наметившейся с усилением торгово-капиталистического класса, о чем свидетельствуют исторические факты.

В XVII в. в Европе стремительно возросло потребление, впоследствии ставшее одной из причин промышленного переворота. В этот период у широких слоев населения впервые появилась возможность приобретать материальные ценности, которые прежде принадлежали только привилегированным. Крестьяне стали чаще покупать предметы убранства в дома, пытались копировать городскую культуру. В это время формировался новый экономический уклад, который сейчас мы именуем капитализмом. Также стремительно развивалась торговля, которая благодаря техническим улучшениям кораблестроения и географическим открытиям стала глобальной. Города наполнились людьми, в числе которых значительную часть составлял новый класс разбогатевших горожан – буржуа. В связи с этим на фоне активно развивавшейся публичной сферы, появления множества различных товаров, произведенных на фабриках и заводах, а также материальной возможности их приобрести всё большему количеству потребителей возник спрос на нечто отличное, неинструментализированное и дающее очки социального престижа – исключительное и автономное искусство. Теперь, помимо церкви и знати, заказчиками искусства стали выступать гильдии, ассоциации и торговцы. Широкие городские слои также часто заказывали портреты и натюрморты или картины на исторические темы. С XVIII в. коллекции аристократии открылись в виде общественно доступных музеев. Такое объединение двух тенденций: профессионализации искусств, с одной стороны, и расширения его доступности для аудитории – с другой, – в конце концов превратило искусство в товар. Он создавался профессионалами и пользовался широким спросом. Так, эстетика автономии настолько же вытекала из капиталистической логики товарного производства, насколько и противостояла ей. Еще в конце 60-х гг. прошлого века это признал марксистский эстетик Т. Адорно, отметив, что художественная независимость и эстетическая автономия возможны, как это ни парадоксально, только в рамках товарной

структуры произведения искусства [2]. Об этом парадоксе также пишет и П. Бурдьё в работе «Рынок символической продукции»: «В результате такие “изобретения” романтизма, каковыми являются представление о культуре как о высшей реальности, не сводимой к вульгарным потребностям экономики, и идеология свободного, бескорыстного “творчества”, которое основано на спонтанности врожденного дара, предстают как своего рода ответ, опирающийся, по крайней мере, отчасти, на ресурсы, предоставляемые внешним миром, на угрозу культурному производству, которую несут в себе механизмы рынка, следующие собственной динамике и подменяющие запросы избранный клиентуры непредсказуемыми оценками анонимной публики» [3].

Так, производство для рынка стало фундаментальным состоянием искусства. Но художественный рынок в актуальном виде – недавнее явление, порожденное интернациональной буржуазией после Второй мировой войны. Экономическое процветание 60-х гг. способствовало активной закупке современного искусства, в особенности американского поп-арта. В это же время значительно увеличилось количество коммерческих галерей, возросло влияние арт-дилеров и коллекционеров. В 1973 г. произошло событие, значительно повлиявшее на дальнейшую судьбу искусства. Супруги Роберт и Этель Скалл, приобретшие коллекцию поп-арта у художников за небольшую сумму, распродали ее на аукционе Sotheby's за \$2,2 млн. Так стало ясно, что современное искусство отныне стоит рассматривать в первую очередь как выгодную инвестицию.

В 80-х гг. активный вклад в развитие арт-рынка внес глава рекламной империи и коллекционер Ч. Саатчи, чутко реагировавший не только на новый инвестиционный потенциал современного искусства, но и на рекламную ценность его самых известных и скандальных представителей, прежде всего молодых британских художников Д. Херста и Т. Эмин. К слову, в 2010 г. Херст был признан самым богатым живущим художником в мире: на тот момент его состояние оценивалось в £215 млн. После Ч. Саатчи на этом поприще эстафету принял инвестиционный менеджер С. Коэн, использовавший прибыль своего фонда «SAC Capital» для создания обширной коллекции послевоенного искусства за удивительно короткое время. Можно предположить, что коллекционеры такого типа понимают современное искусство как актив, который можно использовать в качестве кредитного залога, для спекуляции или уменьшения налога на прирост капитала. Таким образом, арт-рынок превращается в ответвление рынка ценных бумаг. Важным аргументом в пользу такого суждения является то обстоятельство, что инсайдерская торговля и соглашение о фиксации цен, незаконные в других секторах капиталовложения, на арт-рынке являются обычной практикой.

Дополнительная привлекательность современного искусства состоит также в его социально-символическом «капитале»: покупая современное искусство, вышеперечисленные бизнесмены получают еще и доступ к общественному признанию. То есть мотивами коллекционера остаются, как и прежде, престиж, положение в обществе и удовольствие от причастности к элитарной и исключительной сфере. Стремление к демонстративности влечет за собой запрос на грандиозный масштаб произведений искусства и современных выставок и их зрелищность. Подобные проекты требуют огромных затрат, соответственно, круг заказчиков у них невелик. В сущности, происходит возвращение к системе прямого патронажа со стороны немногих состоятельных меценатов, когда самые ожидаемые работы обычно делаются по заказу. Такое положение дел ведет к тому, что развитие искусства определяется частным интересом.

Еще одним последствием упомянутого выше стремления к демонстративности является увеличение значения в 90-х гг. архитектуры и дизайна «домов искусства». Каждая большая выставка превратилась в своего рода блокбастер, а музеи вроде Музея Гугенхайма в Бильбао и Тейт Модерн в Лондоне – в зрелищные *Gesamtkunstwerk*. Эти музеи стали не только и не столько хранителями искусства, сколько популярными туристическими аттракционами, решившими экономические проблемы локальной местности, где они появились. Г. Дебор в книге «Общество спектакля» определил «спектакль» как «капитал на той стадии накопления, когда он становится образом» [4]. По словам теоретика современного искусства Х. Фостера, «за последние четыре десятилетия этот процесс интенсифицировался и дошел до той стадии, когда <...> определение Дебора, прочитанное наоборот, тоже верно: спектакль – это образ, сконцентрированный до такой степени, что он становится капиталом» [5, с. 766].

Стоит отметить, что не только искусство претерпело серьезные изменения от этого союза, но и экономика, которая сейчас представляет собой не столько производство материальных благ, сколько производство образов. Стоит сказать шире: культура сегодня и есть производство и потребление образов. В работе «К критике политической экономии знака» Ж. Бодрийяр замечает то, что значение начинает контролировать идеологию: появляется термин «меновая стоимость знака», указывающий на перенос меновой стоимости с товаров на их представления, вроде логотипов компаний [6]. Любая вещь, попадая на рынок под лейблом

искусства, значительно возрастает в цене исключительно за счет принадлежности к данной сфере, не всегда соответствуя традиционным критериям искусства. Таким образом, мы получаем ситуацию, когда любое произведение, включенное в социально-экономическую институцию под названием «современное искусство», одновременно приобретает статус «искусства-как-товара». Но есть ли что-то, что может претендовать на звание искусства за пределами этих форм? Если следовать нашей логике, придется оставить попытки помыслить искусство чистой и автономной сферой. Но, может быть, мы сможем попытаться определить его с точки зрения этического влияния, как это делал Платон? Если искусство социально, то, может, его стоит искать в интеракциях, со-бытиях и отношениях? В своеобразном бартовском «пунктуме» – некотором аффекте, возникающем на границе социального взаимодействия, который позволяет взглянуть на современные социальные отношения, выбравшись из «естественной установки», если мы используем термин феноменологии. Увидеть вещи такими, какие они есть. Если мы обратимся к Марксу, то в процессе труда формируется, выковывается и сам человек в его социальных отношениях. Возможно, по аналогии, и искусство может выступать инструментом для социальной трансформации и преобразования общества. Так, любой участник социальных отношений теоретически может вовлекаться в процесс создания произведения, где в качестве произведения и в то же время исходного материала выступает сама социальная реальность. В этом случае появляется перспектива выхода из ситуации «всеобъемлющего спектакля» и преобладающего на сегодняшний день потребительства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кант И. Критика способности суждения / И. Кант. – М. : Искусство, 1994. – 367 с.
2. Адорно В. Т. Эстетическая теория / Т. В. Адорно ; пер. с нем. А. В. Дранова. – М. : Республика, 2001. – 527 с.
3. Бурдьё П. Рынок символической продукции / П. Бурдьё. – URL: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja>
4. Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор. – URL: http://vcsi.ru/files/gi_debor.pdf
5. Фостер Х. Искусство с 1900 года / Х. Фостер, Р. Краусс, И.-А. Буа, Б. Х. Д. Бухло, Д. Джослит. – М. : Ад Маргинем Пресс : Гараж, 2015. – 816 с.
6. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. Д. Кралечкин. – М. : Академ. проект, 2007. – 335 с.

Казанский (Приволжский) федеральный университет
Маркелова А. В., аспирант кафедры общей философии
E-mail : aliceidioma@gmail.com

Kazan (Volga Region) Federal University
Markelova A. V., Post-graduate Student of the General
Philosophy Department
E-mail : aliceidioma@gmail.com