

Карина Проничева

Как не-искусство становится искусством

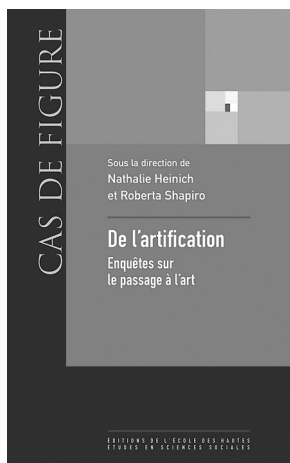
DOI: 10.53953/08696365_2026_199_3_387

De l'artification: Enquêtes sur le passage à l'art /

Dir. N. Heinich, R. Shapiro.

Paris: EHESS, 2012. — 336 p. — (Cas de figure).

Недавно мне написали в социальной сети и спросили, не входит ли артификация в сферу моих научных интересов. Автор этого сообщения прочитал написанную мной главу о выставках люксовых брендов в музеях¹, задумал создать свой люксовый бренд и увлекся темой артификации. «Давно я не слышала это слово», — подумала я. А точнее, с 2012 г., когда в издательстве Высшей школы социальных наук в Париже вышел сборник очерков под редакцией Натали Эник и Роберты Шапиро «Об артификации: как не-искусство становится искусством», ставший опорным изданием по теме. Упомянутый в сообщении русифицированный французский неологизм, который активно использовался французскими социологами в 2000–2010-е гг., стал поводом вновь обратиться к этому сборнику.



Идея исследования родилась в 1998 г., когда социолог Роберта Шапиро посетила фестиваль «Встречи городских культур» в парке Ла-Виллет в Париже, где увидела танец хип-хоп и услышала, как о нем рассуждают в терминах искусства. Каким образом, задалась тогда вопросом Шапиро, эти «хип-хоперы», а на самом деле подростки из рабочих семей в основном арабского и африканского происхождения, вдруг стали в глазах общественности и в своих собственных артистами? Шапиро посчитала фестиваль «Встречи городских культур» «великолепной машиной по производству искусства» и стала изучать, как повседневные практики, не являющиеся изначально искусством, становятся искусством. Она назвала этот процесс «артификацией». Шапиро отметила, что, как в случае с джазом, признание хип-хопа видом искусства проходило ряд

стадий: возникновение танцевальных трупп, участие в них подростков не только из рабочих районов и иммигрантской среды, вступление в танцевальные труппы девушек, обращение к сценическим канонам, появление фестивалей и образовательных программ, возникновение специальной терминологии, характеризующей данную практику, публикация критических заметок в прессе.

1 Pronitcheva K. Luxury Brands and Public Museums: from Anniversary Exhibitions to Cobranding // Global Luxury: Organizational Change and Emerging Markets since the 1970s / Eds. P.-Y. Donzé & R. Fujioka. Singapore: Palgrave Macmillan, 2018. P. 219–237.

В 2004 г. Роберта Шапиро и Натали Эник организовали семинар по этой проблеме и опубликовали ряд статей, благодаря чему термин «артификация» стал использоваться во французской научной среде. Социологи изучали такие вопросы: как повседневная практика приобретает статус искусства? Где проходят границы между повседневностью и искусством? Как рождаются новые формы искусства? Ученые также отмечали, что процесс артификации присутствует как в странах, где принято активное вмешательство государства в культуру (Франция), так и в странах, где государство практически не участвует в культурных и социальных инициативах (США), как в индустриально развитых, так и в развивающихся странах. Это показывает, что в этом процессе есть нечто, присущее социальной жизни всего человечества.

Результатом этих размышлений и изучения отдельных практик стал рецензируемый сборник. Во введении и заключении редакторы (Эник и Шапиро) сформулировали основные теоретические положения об артификации, а в 16 главах-очерках (*case studies*), написанных разными авторами, проанализировано то, как процесс артификации протекает в той или иной повседневной практике. Так, в сборнике есть очерки об артификации фотографии, католических реликвий, граффити, выступлений фокусников, хип-хопа, типографики, кинематографа, комиксов, моды, ар-брюта, племенного искусства и др. Несмотря на разницу в подходах авторов, все они рассматривают процесс артификации через призму антропологии, социологии и истории культуры.

Обратимся к основным тезисам Эник и Шапиро — идейных вдохновителей концепции. Прежде всего, артификация — это результат набора действий (процедур), практических и символических, организационных и дискурсивных. В результате этих действий некий предмет признается произведением искусства, некая деятельность — искусством, практикующие эту деятельность — артистами, а наблюдатели — публикой, то есть формируется отдельный мир искусства. При этом авторы концепции отвергают существующие в социологии искусства и этнологии термины «социальное производство искусства», «социальное конструирование искусства», «фабрикация искусства» как слишком абстрактные или, наоборот, слишком конкретные, рассматривающие явления в микроперспективе. Они вводят во французский язык неологизм «артификация», заимствованный из англоязычной технической терминологии (термин из гидрологии, означает «выравнивание берегов реки»), как наиболее удачный и подчеркивающий новизну научной проблемы. Эник и Шапиро указывают, что их исследования по артификации можно отнести к направлению французской социологии, получившему название «прагматической» социологии, так как они фокусируются на действиях (а не только на дискурсах), наблюдаемых (а не только описанных или реконструированных) в реальной ситуации (а не в лаборатории). Основная мысль социологов заключается в том, что искусство — это не набор предметов, раз и навсегда определенный и зафиксированный соответствующими дисциплинами и учреждениями, а результат социальных процессов, происходящих в конкретное время и в конкретном месте.

Так, например, Дайана Крейн, почетный профессор социологии в Университете Пенсильвании, автор монографий «Трансформация авангарда: мир искусства Нью-Йорка, 1940–1985» (1987), «Производство культуры: СМИ и городские искусства» (1992), «Мода и ее социальные задачи: класс, пол и идентичность в одежде» (2000), анализирует в данном сборнике процесс артификации в сфере моды. Время: середина XIX — начало XXI в., место: Париж. Началом артификации в моде Крейн считает деятельность англичанина Чарлза Уорта (1825–1895), открывшего в Париже свой модный дом в 1858 г. Вопреки обычаю, Уорт не шил модели по вкусу клиентки. Он сам создавал модели, устраивал модные показы, а клиентка выби-

рала понравившуюся модель, которая затем подгонялась по фигуре. Он же начал крепить к платьям этикетки со своим именем, маркируя таким образом свое произведение. С конца XIX в. кутюрье вроде Уорта называют себя *artistes* (художниками, творцами), их модели считались произведениями интеллектуальной собственности и защищались законом. После Первой мировой войны кутюрье становятся чем-то вроде «аристократии вкуса». Престиж деятельности кутюрье в первой половине XX в. неуклонно растет, и к этому занятию начинают проявлять интерес выходцы из зажиточных семей. Так, если в конце XIX — начале XX в. кутюрье происходили в основном из семей мелких лавочников и рабочих, то после Второй мировой войны в моду приходят кутюрье, которым, по желанию семьи, предстояло стать юристами, врачами и архитекторами. После 1945 г. кутюрье — это, как правило, коллекционеры и меценаты, живущие по образу и подобию крупной буржуазии. С 1944 г. в мире возникают музеи моды, а в 1987 г. предметы модной одежды впервые выставляются в качестве лотов на аукционе во Франции. С 1980-х гг. издаются книги о кутюрье, выставки моды проходят не только в музеях моды, но и в музеях изобразительных искусств, моду преподают в школах искусств и в специально создаваемых школах моды². Однако артификацию в сфере моды Дайана Крейн считает частичной, так как одновременно, в 1970-е гг., начинается процесс ее дезартификации. Экономический кризис 1970-х гг., исчезновение богатой клиентуры, закат высокой моды, расцвет прет-а-порте, продажа семейных фирм холдингам (*LVMH, PPR, Richemont*) и глобализация люксовых брендов привели к тому, что вчерашние кутюрье превращались из «небожителей» в наемных работников, чье будущее в компании зависит только от объемов продаж. А развитие информационных технологий делает защиту произведений интеллектуальной собственности все более проблематичной, и, едва появившись на модном показе на Парижской неделе моды, модель сразу же копируется европейскими дистрибьюторами и азиатскими фабриками, работающими на массовый рынок. Кроме того, поскольку в мире моды теперь заправляют холдинги, то цена входного барьера на рынок моды также выросла. Дизайнеру одежды необходима поддержка крупной компании, чтобы запустить свою марку, а значит, он с первых шагов попадает в экономически зависимые отношения со сторонней фирмой. Крейн пишет, что в связи с новой экономикой моды термин *artiste* не применяется по отношению к новым дизайнерам одежды, и сами они называют себя не «артистами», а «дизайнерами». С этим утверждением можно поспорить. В фильме «Дьявол носит Prada», вышедшем на экраны в 2006 г., термины *art* и *artist* по отношению к дизайнерам одежды применяются неоднократно. Так, креативный директор Найджел говорит младшей ассистентке Энди, что в журнале «Подиум» были опубликованы работы «величайших артистов XX века», и называет имена Хальстона, Лагерфельда и Оскара де ла Ренты. А главный редактор журнала «Подиум» Миранда Пристли, выступая в Музее Галльера в Париже, говорит об американском дизайнере Джеймсе Холте как о *visionary artist* (художнике-новаторе).

Натали Эник является не только редактором сборника, но и автором трех глав, в том числе главы «Первое искусство» (в русском языке используется термин «племенное искусство»). Термин «первое искусство» был предложен французским коллекционером и арт-дилером Жаком Кершашем во второй половине XX в. для обозначения незападного искусства и стал популярным в 1990-е гг., когда президент

2 Так, в Школе Лувра в Париже (высшем учебном заведении, где изучают историю искусства и музеологию) и во французской прессе активно обсуждался тот факт, что в 2007 г. в учебную программу Школы Лувра был введен курс по истории моды и костюма.

Франции Жак Ширак объявил о создании нового музея западного искусства, будущего Музея на набережной Бранли. Название, выбранное для этого музея, которое указывает на его местоположение, а не на предметы хранения, само по себе свидетельствует о трудностях с наименованием данной коллекции.

В истории Франции было три типа музеев западных культур. Первым был музей этнографии, выросший из коллекций диковинок, которые путешественники привозили с разных концов света (Музей этнографии Трокадеро, созданный в 1878 г., ставший Музеем человека в 1937 г.). Вторым был музей колониальной истории как разновидность музея войн и военных трофеев (Музей колоний и заморской Франции, созданный в 1931 г., ставший в начале 1960-х гг. Музеем искусств Африки и Океании). У истоков третьего типа музея лежит увлечение в начале XX в. художниками, коллекционерами и арт-дилерами «негритянским искусством». Именно здесь возникает эстетическое любование предметами «примитивного» искусства, и именно из этого любования впоследствии вырастет новая модель музея западного искусства, организованного по аналогии с музеями изобразительных искусств. Артификация, рассуждает Натали Эник, происходит в третьем случае, когда объекты, происходящие из западных культур, рассматриваются не как функциональные предметы, а как произведения искусства. Одним из этапов артификации западного искусства социолог считает 1937 г., когда журнал *Beaux-Arts* («Изобразительные искусства») опубликовал статью об открытии первой выставки Музея человека в галерее Изобразительных искусств (это была этнографическая коллекция французского этнолога Клода Леви-Стросса, собранная им в экспедициях к индейским племенам Бразилии). По мнению Эник, артификация предметов этнографии была также связана с тем, что в 1930-е гг. традиционная манера путешествовать уходила в прошлое, а массовый туризм и телевидение сделали объекты из длительных этнографических экспедиций редкостями.

В 1990-е гг. эстетика музея изобразительных искусств берет верх над этнографическим подходом. С 2000-х гг. экспонаты Музея человека выставляются в залах западного искусства в Лувре (с 2025 г. Галерея пяти континентов), а во французском обществе идет длительная полемика о том, каким должен быть новый музей западных культур, задуманный Шираком. В рамках этой полемики образовались два лагеря: «антропологи» и «эстеты». По мнению «антропологов», «эстеты» не считаются с культурой западных сообществ, они стремятся к «красивости» и представляют предметы этнографии как произведения искусства, изолируя их от первоначального контекста (практического, ритуального). «Эстеты» же полагают, что отказаться от какого-либо эстетического взгляда на эти предметы означает выразить презрение по отношению к западным сообществам, отрицая наличие у них чувства прекрасного и признавая за их «продукцией» только практическое и символическое значение. Отсюда вытекают различные концепции экспонирования предметов и пополнения музейных фондов. «Антропологи» объединят множество предметов в одной стандартной витрине, не всегда аккуратной, часто переполненной и плохо освещенной, зато снабженной множеством пояснений и географическими картами, все внимание фокусируется на повседневной практике, в которой задействованы предметы. «Эстеты» поместят каждый предмет в отдельную витрину или на большом расстоянии друг от друга, витрина будет изящной и хорошо освещенной, а пояснения сведутся к короткой подписи или отсылке к другому объекту в зале, все внимание — на самом предмете. Также меняется отношение к количеству предметов и их подлинности. Этнография предпочитает множество предметов и подразумевает, что для экспонирования годятся и копии, которые как документальное свидетельство равны оригиналам. История искусства предпочитает предметы в одном экземпляре, а вопрос их подлинности становится ключевым.

В это же время термин «первое искусство» постепенно вытесняет употреблявшийся прежде термин «примитивное искусство». «Примитивное» имеет негативный, а то и расистский подтекст, в то время как «первое» говорит о подлинности и возвращает к истокам человечества. Благодаря новому термину общество переходит от экзотического, то есть удаленного в пространстве, к древнему, то есть удаленному во времени. По мнению социологов и историков культуры, термин «первое искусство» позволяет трансформировать предметы этнографии в произведения искусства, благодаря чему изменяется их этическая, экономическая и эстетическая ценность. С этической точки зрения, вслед за Жаком Кершашем, все чаще раздаются голоса в пользу того, что предметы незападных культур равны по своей значимости шедеврам западного мира (например, на сайте Лувра значится, что предметы из Музея на набережной Бранли, Лувра, Национального музея азиатского искусства Гиме и т.д. выставлены в Галерее пяти континентов «на равных основаниях»). Экономическая ценность предметов незападного искусства также растет по мере их артификации: с 1960-х до 1990-х гг. цены на некоторые такие лоты на аукционах во Франции выросли более чем в сто раз. И, наконец, их эстетическая ценность подтверждается манерой экспонирования, дискурсами по отношению к ним, поведением зрителей в залах музеев. К этому можно добавить, заключает Натали Эник, появление особой «научной эстетики», то есть такой манеры экспонирования, при которой интеллектуальная составляющая смешивается с эмоциональной, а также признания моральных прав незападных сообществ на выставляемые предметы и споры о подлинности этих предметов, которых не было в этнографическом подходе.

Аналогичным образом авторы других глав сборника рассматривают этапы артификации изучаемой ими повседневной практики и делают вывод, была ли артификация полной или частичной, успешной или не состоялась вовсе.

В заключении Натали Эник и Роберта Шапиро приводят некоторые данные, из которых наиболее интересными представляются три группы. Первая — это перечень сфер, которые могут стать источниками артификации, то есть откуда происходит повседневная практика, у которой есть шансы позднее стать искусством. Составители сборника полагают, что искусством может стать практика, выросшая из ремесла (живопись, фотография), промышленности (кинематограф, видеоигры), туризма (ар-брют, племенное искусство), индустрии развлечений (цирк, выступления фокусников, джаз, комиксы), спорта (конный цирк, хип-хоп), техники (архитектура, нет-арт), науки (племенное искусство, молекулярная гастрономия). Ко второй группе данных относятся «носители» артификации, по которым можно определить, что она происходит. И эти носители бывают следующими: терминология (когда кино начинают называть «седьмым искусством», а комиксы — «девятым»), юридическое признание (законодательный акт, выигранный иск о защите интеллектуальной собственности), информационное признание (включение практикующих деятельность в перечни, энциклопедии и т.д.), временное признание (спектакли становятся длиннее, художественные граффити на стенах живут дольше, чем обычные каракули), пространственное признание (хип-хоп перемещается с городских улиц на театральные подмостки, комиксы и граффити — в музеи), институциональное признание (музеи, учебные центры, премии, фестивали), коммерческое признание (продажа комиксов в книжных магазинах, аукционы), семиотическое признание (признание авторства), дискурсивное признание (критические обзоры, конференции), издательские проекты (словари, каталоги, специализированные журналы) и др. И третья группа данных — участники процесса артификации. Это, конечно, прежде всего 1) сами «практиканты», то есть те, кого позднее признают *artistes*, затем 2) поклонники, коллекционеры, дилеры, аукцио-

нисты и издатели, а также 3) критики, кураторы выставок, государственные чиновники и ученые и, наконец, 4) широкая аудитория, массы, которые теперь точно знают, что то, что они видят, — искусство.

Сборник Натали Эник и Роберты Шапиро вызвал полемику во Франции относительно искусственности термина «артификация», который можно было бы заменить на «легитимизацию» и «узаконивание», а это ставит под вопрос новизну концепции, которую отстаивают ее авторы. Критики отметили и противоречия, которые встречаются в книге. Мне же не хватило анализа взаимоотношений артификации и патримониализации — другого социального процесса, крайне популярного во Франции с 1980-х гг., в результате которого не-наследие становится наследием (*patrimoine*). Также полагаю, что отдельным носителем артификации следует назвать видеопroduкцию (фильмы, анимационные фильмы, видеоигры, рекламу), где изучаемая практика трактуется как искусство. В частности, наводившие французские кинотеатры в 2000–2010-е гг. танцевальные франшизы «Шаг вперед» (2006–2014) и «Уличные танцы» (2010–2013) немало способствовали признанию хип-хопа искусством, а анимационный фильм «Рататуй» (2007) о поваренке крысенке Реми заставил говорить о высоком кулинарном искусстве и сделал более ожидаемым включение французской гастрономии в список нематериального наследия ЮНЕСКО в 2010 г.