

р а з н о г л а с и я



Кто платит
за культуру?

№ 10

Разногласия.
Журнал общественной
и художественной критики.
№10: Кто платит за культуру?
(Ноябрь 2016)

«Разногласия» – ежемесячное
приложение к сайту Colta.ru.

Содержание

Анекдоты. Кто платит за культуру? ГЛЕБ НАПРЕЕНКО, АЛЕКСАНДРА НОВОЖЕНОВА <i>Глеб Напреенко, Александра Новоженова, Роман Абрамович, папа Юлий II, Павел Третьяков, барон де Сен-Жюльен, читатели COLTA.RU и другие начинают новый номер «Разногласий»</i>	5
Алексей Федоров-Давыдов. Русское искусство промышленного капитализма <i>Самый радикальный текст знаменитого советского искусствоведа, не переиздавав- шийся с 1929 года. О русском искусстве второй половины XIX — начала XX века</i>	17
Добрая воля ЕЛЕНА БУЙСКИХ <i>Как верхушка российского бизнеса понимает благотворительность. В цифрах</i>	81
«Пусть расширяются, пусть растут, пусть открываются!» РЕДАКЦИЯ «РАЗНОГЛАСИЙ» <i>На критические вопросы о работе фонда V-A-C отвечают Тереза Мавика и Катерина Чучалина</i>	93
Искусство как побочный продукт ЛЮДМИЛА ВОРОПАЙ <i>Философ и социолог искусства Людмила Воропай о небескорыстности частных фондов — заказчиков искусства: от промышленников послевоенной Германии до постсоветских олигархов</i>	116

В поисках Безголового. Вымысел на аукционе Голдин + Сеннеби <i>Шанс стать героем детективного романа об офшорах — лот на «Кристис» от Голдина + Сеннеби</i>	128
«Стать профессиональной домоправительницей и заняться благотворительностью» ГЛЕВ НАПРЕЕНКО <i>Социолог Елена Рождественская о меценатстве как символической раздаче долгов и о его роли в семьях постсоветской буржуазии</i>	144
Дар бедняка АЛЕКСАНДРА НОВОЖЕНОВА <i>Александра Новоженова о том, что дарение — брешь в системе капита- лизма, через которую может пробраться искусство</i>	165
Приватизируя культуру ЧИН-ТАО ВУ <i>Что произошло с институциями искусства во времена Тэтчер и Рейгана? Чин-Тао Ву о становлении корпоративной культуры, в которой мы живем</i>	180
Он стоит с хлыстом РЕДАКЦИЯ «РАЗНОГЛАСИЙ» <i>Как вульгарная социология взбудоражила арт-сообщество. Дневник ноября</i>	242

Анекдоты.

Кто платит за культуру?

*Глеб Напреенко, Александра Новоженова,
Роман Абрамович, папа Юлий II,
Павел Третьяков, барон де Сен-Жюльен,
читатели COLTA.RU и другие начинают
новый номер «Разногласий»*

Анекдот 1



Жан-Оноре
Фрагонар.
Счастливые
возможности
качелей. 1767

Барон де Сен-Жюльен был бароном и поэтому не платил налогов. Наоборот, их платили ему: он был главным сборщиком налогов Французской ассамблеи духовенства. Барон де Сен-Жюльен пользовался преимуществами своего положения и как феодал, имеющий дела с духовенством, и как человек, причастный к финансовым делам буржуазии. Такую двойную

выгоду предоставляло абсолютное государство аристократам, которых нанимало на службу.

Барон славился свободными нравами, и близость к духовенству ему ничуть не мешала. Даже наоборот. Вот один пример: картина художника Жана-Оноре Фрагонара «Счастливые возможности качелей». Вначале барон пытался заказать эту картину другому художнику, Габриэлю-Франсуа Дуйену. Он обратился к нему с таким предложением: «Я желал бы, чтобы вы изобразили мадам (указывая на свою любовницу) на качелях, которые раскачивает епископ. А меня вы поместите таким образом, чтобы мне были видны ноги этого прелестного создания; и чем более вы захотите внести веселости в это произведение, тем будет лучше». Чудная метафора социальной роли духовенства в абсолютистском услаждении барона! Дуйен отказался от заказа, посоветовав вместо себя Фрагонара, который и исполнил требуемую работу, хотя и сделал фигуру «епископа» нераспознаваемой.

Барон де Сен-Жюльен умер вовремя — накануне французской буржуазной революции, в 1788-м. Революция, начавшаяся в 1789-м, убила французское абсолютное государство. Всем еще не умершим баронам, а также художнику Фрагонуару, как и другим художникам аристократов, революция принесла множество тревог. Аристократия и духовенство потеряли свои сословные привилегии, а Фрагонуар — свои заказы. «Художником революции» буржуазия провозгласила классициста Жака-Луи Давида — эстетического оппонента мастера рококо Фрагонара. Исполнитель «Счастливых возможностей качелей» умер в бедности, оставленный славой.

Анекдот 2



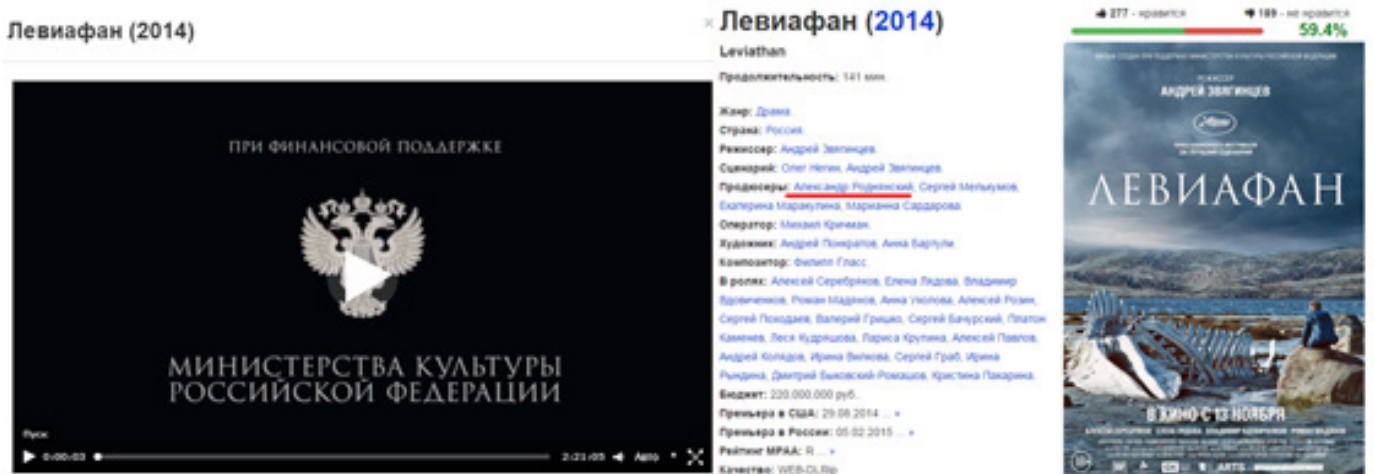
Василий Худяков.
Стычка
с финляндскими
контрабандистами.
1853

За лучшей жизнью Варвара перебралась из деревни в Кострому, сняла угол в одном из домов на окраине города и устроилась работать на льняную мануфактуру. С тех пор час за часом, год за годом, приходя на фабрику, она повторяла одни и те же движения. Одновременный стук сотен станков беспрерывно сплетался в сложнейшее ритмическое полотно. Льняная пыль стояла в воздухе, оседала на одежде, на волосах, во рту. Фабрика не простаивала ни днем, ни ночью: работали в три смены. Варвара начинала работу в шесть утра и работала до полудня. Потом полтора часа на обед и снова работа — до шести вечера.

Льняные ткани продавали на ярмарках, а также швейным мануфактурам и мастерским. На вырученные от продаж деньги один из членов семьи владельцев фабрики, Павел, стал покупать полюбившиеся ему картины художников. Первой он купил «Стычку с финляндскими контрабандистами» Василия Худякова. Вскоре Павел решил, что его долг перед русским народом — сделать свое собрание публичным. Он говорил об этом так: «Имею ли я право быть тороватым? Деньги, какие я трачу, — не мои. Это деньги рабочих фабрики Третьяковых. Галерею создал не я, а они. Я — только доверенный их. И наживаю я деньги для того, чтобы нажитое от общества вернуть народу. В виде полезных учреждений». С тех пор год за годом Павел закупал новые и новые картины. Ковчег для сокровищ нации, здание галереи, построили, разумеется, в формах русского терема. На открытии галереи гул сотен голосов сплетался в сложнейшее звуковое полотно. В честь владельца-фабриканта и мецената Павла галерею стали называть Третьяковской.

Варвара в этой галерее, разумеется, не была.

Анекдот 3



Недавно в медиа наделало шума высказывание кинорежиссера Андрея Звягинцева, который обратил внимание, что российские чиновники считают деньги, раздаваемые из бюджета на культуру, своей собственностью, раз представляют себе спонсирование произведений искусства чем-то наподобие частного заказа. Цитата:

«Ключевая черта, свидетельствующая о безнравственности нашей власти, в том и состоит, что она совершенно убеждена: деньги, которыми они распоряжаются, принадлежат *им*. Они забыли, с какой-то удивительной легкостью изъяли из своего сознания простую и очевидную мысль, что это не их деньги, а наши. Общие. Деньги, на которые они “заказывают” свои агитки, взяты у народа. А в народе живет такое огромное богатство мнений и желаний, что их никогда никакой власти не угадать. Как-то раз мне довелось дискутировать с господином Мединским вокруг той же темы, и меня удивило, с какой искренней убежденностью он верит в то, что это они дают нам деньги. То простое **обстоятельство, что эти деньги такие же мои, как и его, ему просто не приходит в голову**».

Многие комментаторы поняли это так, что Звягинцев говорил о «*наших* деньгах» как деньгах налогоплательщиков, напоминая о функции социального государства как перераспределителя богатства. Впрочем, из чего складывается российский бюджет? Доля НДС (налога на добавленную стоимость) составляет в нем около трети — и эти налоги и производит своим трудом общество, о котором говорит Звягинцев. При этом

<http://kommersant.ru/doc/3126654>

налоги на добычу и продажу нефти и газа составляют половину бюджета РФ. Добычей и продажей этих ресурсов занимаются крупные частно-государственные корпорации, акционерами и владельцами которых является очень ограниченный круг лиц, приближенных к главным государственным чиновникам. Итак, в изрядной мере культуру спонсируют эти владельцы недр — с которыми связан и министр культуры Мединский.

Имел ли в виду Звягинцев, говоря о «наших деньгах», что недра должны принадлежать народу?

Анекдот 4



Ханс Хааке. Недвижимость на Манхэттене, принадлежащая Шапольски и др., социальная система в реальном времени, состояние дел на 1 мая 1971 г.

Он еле сводил концы с концами. Ему срочно было нужно жилье, и риэлторская фирма предложила ему комнату в Гарлеме. Грязная квартира в многоэтажном кирпичном доме. Но каждый месяц он с трудом наскребал на аренду.

Квартиры. Дома. Недвижимость. Много квартир. Чем больше у тебя недвижимости в том или ином районе, тем больше ты можешь влиять на стоимость аренды по району. В Истсайте и Гарлеме много недвижимости было у Хэрри Шапольски. Но Шапольски был скромен и не слишком афишировал это. Поэтому у него было много разных риэлторских фирм, где работали его родственники и друзья. Эти фирмы и заключали сделки с квартиросъемщиками.

Шапольски был богат и успешен. NN очень дружил с Шапольски, а также очень любил современное искусство. Недавно NN понравился один остроумный художник — автор работы «Плексигласовый куб»: прозрачный куб из оргстекла, внутрь которого налито немного воды. Вода испаряется под лучами

музейных светильников, конденсируется на стенках, капает с потолка... *NN* с кем-то шутил об этой работе: «Вовсе и не чистое это чистое искусство!» *NN* из своей любви к искусству стал членом попечительского совета Музея Гуггенхайма. *NN* так дружил с Шапольски, что был его деловым партнером. Впрочем, кажется, наоборот, их дружба началась с бизнеса.

И вот музей предложил художнику, придумавшему куб, провести персональную выставку. *NN* горячо поддержал это решение. Художник долго делал работу специально для выставки. Когда выяснилось, что это за работа, *NN* очень огорчился. Оказалось, художник сфотографировал дома, принадлежащие разным риэлторским фирмам его друга и бизнес-партнера Шапольски. Много многоэтажных кирпичных домов. А под каждой фотографией сделал подписи с информацией о риэлторских сделках. Шапольски был тоже расстроен поступком художника. Это было грубо и даже возмутительно. Как сказал об этом кому-то *NN*: «Это уже совсем не искусство!»

Выставку отменили. Но вышло только хуже — друзья художника, другие художники, обиделись за него, наделали шуму и устроили некрасивый скандал.

После этого случая художник, устроивший разоблачение Гуггенхайма, стал очень знаменит. Шапольски тоже не остался в убытке — дела у него шли в гору.

Анекдот 5



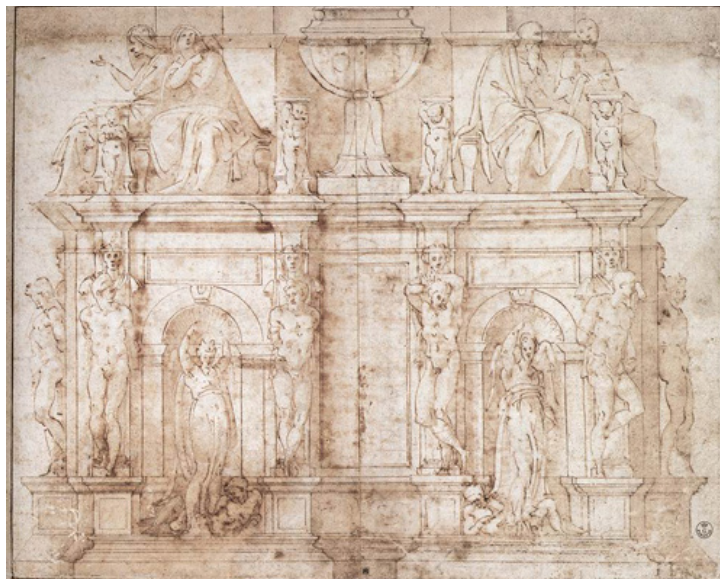
Чтобы существовать на краудфандинг, нужно, чтобы тебя хотели — хотели в том числе в денежном эквиваленте. Чем больше людей хочет то, что ты делаешь, — точнее, чем больше платежеспособных людей хочет то, что ты делаешь, — тем лучше. Работая редактором на сайте «Кольта. Всё о культуре и духе времени», стихийно постигаешь азы медиапопулярности

и СММ. Упоминание знаменитости в заголовке, будь то Путин или Павленский, сразу увеличивает число просмотров. Одно время рекорды популярности бил текст под названием «И после Путина — Путин».

За краудфандинг платит общество — но общество, спаянное с рынком. Современность озабочена количественным измерением человеческих отношений, привязанностей и интересов — экономика лайков и посещаемости претендует на то, чтобы выразить в числах экономику либидо. Что, конечно, мнимость: сила желания не суммируется и не вычитается. И сильное желание дать денег на поддержку проекта не связано напрямую с его популярностью в соцсетях. Как, впрочем, желание дать денег не совпадает с возможностью дать эти деньги.

Мы погрязли в числах, но необходимо различать три экономики. Экономику желания. Экономику популярности. И экономику денег. Которые то и дело притворяются друг другом.

Анекдот 6



Микеланджело Буонарроти.
Эскиз гробницы
папы Юлия II.
Второй вариант

Когда папа римский заказал ему проект своей гробницы (это было в 1505-м), он еще недостаточно знал жизнь и поэтому позволил своей фантазии разыгаться. Заказчик серьезный, можно развернуться, он стал воображать самые великолепные картины. 10! 20! Нет, 40 или 50 фигур, на трех ярусах, в грандиозном архитектурном обрамлении колонн и арок! Он так рвался работать, что представил эскизы через две недели. Да,

размах немалый, проект займет много времени, но папа еще ого-го, лет на пять его хватит. Главное, чтобы вовремя подвозили мрамор и платили ему и подмастерьям. Он лично едет в каменоломни Каррары, затем мчится назад — ему срочно нужна санкция на покупку ста тонн отборного мрамора!

Но папа неделю не дает аудиенции. Похоже, испугался его напора. Разработка проекта затягивается, папа подключил к архитектурному решению Браманте, наверняка чтобы ставил палки в колеса, ему он, похоже, доверяет больше. Мрамор доставляют с перебоями, проект заставляют переделывать и сокращать, платят с неохотой. Теперь папе взбрело в голову расписать пустой свод в одной ватиканской капелле, это, видите ли, срочнее — гробницу придется отложить! Дело затягивается. Проходит пять лет, а потом и все восемь. Тут папа возьми и умри — не дотянул до семидесяти, а казалось, что крепкий старик, ездил воевать, там и простудился. А кто будет платить за окончание работ? Новый папа не заинтересован, он прошлому не родня, а наследники не горят желанием раскошелиться за амбиции усопшего. Но половина скульптур уже готова, деньги назад не возьмешь, свернуть проект неудобно, слишком много вложено. Опять режут по живому, ужимают как могут, на искусство им плевать. Переделывал проект в 1516-м, 1525—1526-м, 1532-м, 1542-м. Про покойного папу все уже и думать забыли. Если бы знал в 1505-м, что история растянется до 1545-го, нашел бы отговорку.

Анекдот 7



Герр Людвиг владел шоколадной фабрикой в Ахене. Он начал покупать концептуализм только потому, что хотел иметь в своей коллекции поп-арта другие примеры современного искусства. Герр Штроер был из Дармштадта. Он работал в компании Wella. Однажды в 1967-м он купил целую выставку Йозефа Бойса. Доктор Шпек был терапевтом из Кельна. Он тоже начал с Бойса в 1960-х. Доктор Хебриг был химиком из Мюнхена. Он покупал Наумана, Бюрена и Хюлера. Герр Хок был банкиром из Крефельда. Он собирал ЛеВитта и Вайнера. Доктор Маттис был психиатром из Дерле, это под Гентом. Он купил себе Карла Андре, ЛеВитта и Жана Диббетса. Доктор Питерс был из Брюгге. У него были Стелла, Моррис и Джадд. Герр Геминне был из Гента. Герр Перлстайн продавал бриллианты в Антверпене и часто летал по делам в Нью-Йорк. Там он стал собирать американский концептуализм. Герр Фишман тоже торговал бриллиантами и тоже в Антверпене. Супруги Герман и Генриетте ван Элен из Амстердама: он был первым мужчиной-фотомodelью в Голландии, она — логопедом. Герр Мартин Виссер из Амстердама проектировал мебель. Мистер Питер Палумбо из Лондона был крупным девелопером. А мистер Тед Пауэр работал в компании Murphy Radios в городе Кембридж*.

**Данные приводятся по книге: Sophie Richard. Unconcealed. The International Network of Conceptual Artists, 1967—1977. Dealers, Exhibitions and Public Collections.*

Анекдот 8



За то, что я сейчас нахожусь с вами здесь, я хочу выразить благодарность: папе и маме за их неиссякаемую поддержку и за то, что годами платили за моих репетиторов, потому что больше всего на свете боялись, что я не получу высшего образования. Советскому государству за то, что уже после своего конца оно позволило мне получить это высшее образование бесплатно. Путинской России за то, что не дала работать за зарплату и заниматься наукой, но позволила получить бесценный жизненный опыт. Спасибо фонду V-A-C («Виктория — искусство быть современным») за то, что платил деньги, но не дал прославиться, моему университету в Соединенных Штатах Америки, который теперь платит мне аспирантскую стипендию, — и всем его корпоративным спонсорам, которые, по слухам, инвестируют в частные тюрьмы и имеют темные дела в Катаре, но зато создали академический рай на берегу, и лично семье Варнок, о которой я ничего не знаю и боюсь узнавать, за их щедрую помощь факультету истории искусства; спасибо порталу *COLTA.RU*, который существует благодаря краудфандингу, то есть благодаря вам, друзья, и платит за заметки ровно столько, чтобы можно было считать, что ты почти волонтер; спасибо «Гаражу» и Абрамовичу, спасибо Бреусу и Потанину, Михельсону и Прохорову, *Coca-Cola* и *Tiffany & Co*, *Vacheron Constantin*, *Carrera у Carrera*, *Longines* и *Patek Philippe*, «Лексусу» и «Абсолюту», а также многим другим, кого не перечислишь,

за праздник искусства и культуры, который они нам дарят; спасибо спонсору «Разногласий», который предоставляет нам возможность для размещения этой благодарности, а также одному олигарху, на помощь чьего фонда я сейчас рассчитываю и поэтому упоминать о нем не буду. Спасибо капитализму, но социализму спасибо все же больше, потому что он воображаемый и потому что от каждого по способностям, каждому по труду, а за это можно дополнительно не благодарить; большое спасибо.

Алексей Федоров- Давыдов. Русское искусство промышленного капитализма



Группа художников товарищества
передвижных выставок
© М.М.Попов / ТАСС

Самый радикальный текст знаменитого советского искусствоведа, не переиздававшийся с 1929 года. О русском искусстве второй половины XIX — начала XX века.

«Разногласия» публикуют две главы из книги советского искусствоведа Алексея Александровича Федорова-Давыдова (1900—1969) «Русское искусство промышленного капитализма» (1929). Эти главы — центральные в книге для понимания новаторского метода, использованного Федоровым-Давыдовым, — марксистской социологии искусства. Федоров-Давыдов как искусствовед привлекает статистику промышленного производства и печати, анализ художественного рынка и вкусов заказчиков и меценатов разных социальных классов.

В 1929 году Федоров-Давыдов стал заведующим Отделом нового русского искусства Третьяковской галереи, в 1931 году переименованным в Группу искусства эпохи капитализма. Группа пыталась реорганизовать всю подачу материала в музее в соответствии с принципами марксистской социологии. Результатом этих усилий стала Опытная комплексная марксистская экспозиция.

В 1933—1934 годах марксистская социология искусства, бурно развивавшаяся в 1920-х, была раскритикована и осуждена как «вульгарно-социологический подход к искусству», Федоров-Давыдов ушел с поста в Третьяковке и никогда больше не делал столь радикальных выставочных проектов. Как и не писал текстов, столь же радикальных по методологии и амбициозных по масштабу задач, как тот, который мы предлагаем вашему вниманию.

Книга «Русское искусство промышленного капитализма» не переиздавалась с 1929 года и давно стала букинистическим раритетом.



Возникновение и аппарат стиля

Постановка вопроса

Глава VI

При рассмотрении таких переворотов необходимо всегда отмечать материальный, с естественно-научной точностью констатируемый переворот в экономических условиях производства от юридических, политических, религиозных, художественных или философских, короче: от идеологических форм, в которых люди сознают этот конфликт и борются с ним. Как об отдельном человеке нельзя судить на основании того, что он сам о себе думает, точно так же нельзя судить о подобной эпохе переворота по ее сознанию.

(К. Маркс. К критике политической экономии. Предисловие)

Попробую подвести итоги. Анализ отдельных видов пространственных искусств показывает нам, что процесс эволюции был везде один и тот же. Но единство стиля при ближайшем рассмотрении оказалось борьбой двух диаметрально противоположных начал. Анализ живописи показал этот процесс и его внутреннюю борьбу противоречий в формально-стилевых категориях. Скульптура и отчасти художественная промышленность помогли уяснить эстетическую сущность процесса и, наконец, архитектура проблему диалектики формальных категорий поставила как проблему диалектики художественно-производственной.

Формально-стилистическая эволюция, суммарно говоря, заключалась в победе категории пространства над категорией объема и в дальнейшей эволюции этого пространства. Сначала оно характеризуется воздухом, затем превращается в чистый феномен света. Свет, разлагаясь и уплотняясь, переходит в категорию цвета. В этой эволюции формальные категории объема, пространства, света и движения все больше теряют свою предметно-изобразительную мотивировку и, «самоопределя-

ясь», переходят в категории производственно-технические. Искусство от реалистического изображения переходит сначала к господству формально-аналитических заданий, а затем — к технологизму и «производительности».

Объем терял свою материальность и осязательность, переходя из факта реальности в простой феномен зрения. Анализ скульптуры — искусства объема — и отчасти архитектуры — искусства тектоники — с ясностью показал, что сущностью этой формальной эволюции было развитие иллюзорно-зрительной, оптической установки на внешний мир. Живопись есть искусство чисто зрительное, искусство оптических эффектов. Поэтому совершенно понятно, что прослеженная мною формально-стилевая эволюция обозначается как рост «живописности» и характеризуется живописными категориями.

Говоря о росте живописности, я имею в виду подчинение методов всех искусств методам живописи. Это подчинение понимается не как внешне-материальное, а как внутренне-формальное, при котором архитектура, скульптура и художественная промышленность в своем формотворчестве исходят не из своих собственных специфических установок, но из оптически-иллюзорной установки живописи.

Уже к середине XIX века во всем европейском искусстве живопись становится доминирующим видом пространственных искусств, оттесняющим на второй план все остальные. И у публики, и у специалистов понятие искусства все более сужается до понятия живописи. Одним из идеологических отражений этого процесса является, например, та идеалистическая эстетика «содержания», которая начинает складываться со второй половины XVIII века, а с середины XIX века и вплоть до наших дней оказывается господствующей в той или иной мере, с теми или иными перерывами вместе с господством живописи. У нас в России термин «художник» сужается в своем объеме до понятия «живописец». Все передовые художественные течения происходят в области живописи (натурализм 40-х гг., идейный реализм 50—60-х гг., «передвижничество» и т.п.), и даже когда в 90-х гг. возрождается интерес к остальным видам искусства — передовыми деятелями оказываются опять-таки художники-живописцы. Основной тип выставок — это живописные выставки, архитектура на них обычно отсутствует¹, а скульптура и качественно, и количественно оказывается оттесненной на задний план². Выставки и издания по архитектуре появляются сравнительно поздно и методы своего худо-

жественного показа целиком заимствуют от живописи (например, «Историческая выставка архитектуры» 1911 г.; вспомним также эстетико-художественный характер архитектурных «Ежегодников» и т.п.). Господство живописи проявляется наглядно и в распределении рабсилы по отдельным видам искусства. За 150 лет своего существования Академия художеств выпустила живописцев 3523 чел., архитекторов — 1813 чел., скульпторов — 456 чел., граверов — 236 чел., мозаичистов — 60 человек³.

«

**Лишь с введением машин
происходит окончательный
отрыв художественного
производства от
общематериального.**

»

Соответственно численному превосходству своего состава, живописные части художественных школ становились основными и доминирующими. Тем самым и их методы преподавания также оказывались определяющими для всей школы, причем чем дальше, тем все больше. Об этом красноречиво свидетельствуют, например, уже воспоминания И. Гинцбурга о преподавании скульптуры в Академии художеств в 80-х гг.: «...от профессоров, приходивших через день, мы узнавали некоторые мелочи и детали, касающиеся рисунка, собственно же лепке, т.е. как лепить и чем, нас не учили. Правда, свойство барельефа таково, что рисунок и перспектива играют в нем важную роль, но и в круглых вещах применялся такой способ преподавания, который скорее убивал истинное чувство скульптуры, а не развивал его. Так, для сравнения форм профессор всегда советовал вертеть и модель, и копию и тем проверять постоянно наружный контур, исходя из той теории, что как линия есть сумма точек, так круглая поверхность есть сумма

линий. По этому способу ученик приучался, копируя, видеть только линии, а не чувствовать форму, и оттого лепка выходила сухая, бессознательная, а главное — формы сами не запечатлевались в памяти ученика» (И.Я. Гинцбург. Из моей жизни. — СПб., 1908, стр. 46).

Академическая реформа 90-х гг. также была реформой преимущественно преподавания живописи и осуществлялась живописцами А.И. Куинджи и И.Е. Репиным.

Анализ архитектуры показал нам реальную природу этой эстетики зрительно-иллюзорного. Она образуется в результате восприятия форм как самодовлеющих сущностей, вне их практического значения, вне их служебных функций. Предмет и его формы воспринимаются не в их первичном практически-бытовом, а в их вторичном отвлеченно-символическом значении самодовлеющего сочетания категорий зрительного опыта. Такая установка — чисто зрительного порядка — есть результат отрыва искусства от производства предметов повседневного материального и идеологического потребления. Эстетика зрительно-иллюзорного есть эстетика искусства, окончательно перешедшего от делания вещей к их отображению, от создания реальных предметов к созданию художественных иллюзий. Средством и методом этих иллюзий стала станковая живопись.

В пределах самой живописи в интересующую нас эпоху рост «живописности» был ростом станковизма. «Самоопределение» живописи было утверждением ее станковой формы как основной и типической. Три стадии формально-стилистической эволюции нашего «стиля» были не чем иным, как этапами такого самоутверждения станковизма, который в процессе самовыявления и самоосознания диалектически переходил в самоотрицание.

Если живопись вообще была видом искусства, имевшим минимум материально-практического значения, то станковая картина не имела его вовсе. Свободно передвигаемая, не связанная с окружающей обстановкой, она была самоцелью, иллюзией куска действительности. Рост пространства был утверждением этого ее свойства как бы «вида из окна», равно как и освещение изнутри, и силуэт. Вспомним, что как раз рост пространственности и связанной с ним динамики «случайно увиденного» приводил к принципиальному утверждению рамы, этой типичной черты станковизма. Таким образом, раскрытие ценностей пространства было раскрытием свойств и ценностей станковой формы как изолированной от всего

окружающего зрительной самоценности. Высшего развития эта самоценность достигает в формалистически-аналитической стадии стиля, где весь мир превращается в голое средство для выявления свойств и качеств станковой живописи как таковой. Уже одна легкость и незаметность перехода от эмоционального изображения мира к рационалистической формальной его схематизации, перехода категорий сюжетно-изобразительных в отвлеченно-формальные доказывает нам, что сущность процесса была в выявлении именно этих последних.

«

В восьмидесятые годы складывается новый тип европеизованного буржуа, крупного акционера и банковского дельца.

»

Но самоутверждение станковой живописи было вместе с тем и началом ее самоотрицания. Чем больше станковизм осознавал свою материально-структурную сторону, чем больше он занимался выявлением себя как определенной художественно-производственной формы, тем больше он отрицал свою внутреннюю сущность самой абстрактной, самой иллюзорной, самой отвлеченно-чувственной формы искусства. Третья, «производственная», стадия стиля была самоубийством станковой формы, картина, становясь трехмерной в контррельефе, вводя вместо иллюзорного цвета реально окрашенные материалы, из оптической иллюзии превращалась в свою противоположность — материально-реальную вещь. Изображение вещей художник вновь хотел заменить их деланием.

Как всегда и везде, процесс формально-эстетический был лишь внешним выявлением процесса художественно-производственного. Понять происхождение и аппарат интересующего нас стиля значит понять природу и происхождение двух борю-

шихся в нем тенденций, условно обозначаемых как станковая и декоративная. Если станковая была результатом ухода искусства от материального производства и его техники, то декоративная возникала и развивалась в меру обратного воздействия росшей и захватывавшей все отрасли жизни машинной индустрии. И в том, и в другом случае вопросы эстетики упираются в вопросы отношения художественного производства к процессу производства общематериальному.

Диалектика нашего стиля есть, в конечном счете, диалектика отношений экономики и эстетики. Художественное производство эпохи есть всегда лишь часть общественного производства, материального и идеологического. Его законы надо искать в общих законах производства. Интересующая нас эпоха 1888—1910-х гг. есть, по общему признанию⁴, эпоха развития и становления промышленного капитализма. В его природе и будем искать объяснений обеих интересующих нас тенденций: станковизма и декоративности.

Глава VII

Станковизм

Станковизм — плоть от плоти буржуазного капиталистического товарно-денежного хозяйства. Исследования В.М. Фриче, Б. Арватова и др. с достаточной определенностью и убедительностью вскрыли экономическую природу станковизма как товарной единицы в искусстве. Станковая картина есть вид товарной движимой ценности, возникающей вместе и существующей в меру роста товарного хозяйства и перехода художника от производства на заказ к производству на безличный рынок. Форма товарная, с точки зрения экономической, станковая картина, с точки зрения производственной, есть форма кустарно-ремесленная и индивидуалистически-синтетическая⁵. Отрыв искусства от производства происходит по линии все большего отставания этой кустарно-ремесленной формы труда от разделения труда и его все большей механизации в остальных видах материального производства.

Станковизм зарождается и развивается уже при торговом капитализме, но лишь введение машин и перерастание торгового капитализма в промышленный создают предпосылки для его окончательного развертывания и доминирования. Эти предпосылки следующие.

Лишь введение машин и конкуренция между фабричными и ремесленно-кустарными формами производства окончатель-

но товаризует все хозяйство. Количественный размах машинного производства и связанный с ним такой же размах торговли имеют своим качественным результатом превращение в товар целого ряда новых отраслей, еще не товаризованных, и окончательную товаризацию, так сказать, полутоваризованных. Это в отношении идеологических областей прекрасно отмечено еще К. Марксом в «Коммунистическом манифесте»⁶. Одной из этих окончательно товаризуемых отраслей становится изобразительное искусство.

Лишь с введением машин происходит окончательный отрыв художественного производства от общематериального. Машина шаг за шагом вытесняет ручной кустарный труд из всех отраслей материального производства. Рост машинной техники одновременно и сужает сферу применения искусства, и вырывает все большую пропасть между методами художественного и общематериального производства. На этой почве и происходит «самоутверждение» и «самоопределение» станковизма.

Рост промышленного капитализма приводит к политической власти носителя станковой эстетики, буржуазии. Политические победы буржуазии создают тот «демократический» строй, в котором происходит окончательное раскрепощение художника и образование его буржуазного потребителя — публики. «Демократический» строй увеличивает и углубляет товарный рынок для искусства. Растущий мелкий спрос приводит к мельчанию художественной товарной единицы. Тем самым происходит утверждение станковой формы как формы камерной.

Станковая картина как производственная форма и станковизм как стилистическая категория по самой своей природе являются буржуазными и иными быть не могут. Но, буржуазные в своей экономической природе, они в отдельные этапы исторического развития могут обслуживать идеологические потребности как дворянства, так и крестьянства и пролетариата. В этом с точки зрения марксизма нет ничего удивительного и уж, конечно, никакого противоречия, поскольку мы в таких случаях всегда имеем дело с более или менее обуржуазившимся или, во всяком случае, живущим и действующим на фоне буржуазных экономических отношений дворянством, равно как и с пролетариатом и крестьянством, существующими в рамках буржуазного демократизма или только-только из них выходящими⁷.

Буржуазное экономически, станковое искусство является идеологически буржуазным в силу и в меру социально-поли-

тического и общекультурного веса и роли крупной и мелкой буржуазии.

Эти общие законы возникновения и эволюции станковизма оказываются, разумеется, целиком применимыми и к русскому искусству. По вполне понятным причинам я не могу даже самым кратким образом очертить возникновение и эволюцию станковизма в русской живописи от его истоков. Ограничусь лишь периодом, непосредственно предшествующим интересующему нас здесь стилю. В своей станковости этот стиль оказывается в известной мере связан со стилем предыдущим, точно так же как промышленный капитализм 1880—1910-х гг. связан с первыми своими шагами и победами еще в середине века. Как раз в меру этих его побед и видим мы там проявление начал станковизма как такового.

Энергично начавшийся в середине 40-х гг. рост промышленности и торговли⁸, повлекший за собой рост городов и городского населения⁹, порождает в искусстве первое, если не считать А.Г. Венецианова и его школы, серьезное и значительное утверждение станковизма. Это так называемый натуралистический жанр 40-х гг. в лице А.В. Тыранова, С.К. Зарянка, Капкова и, наконец, П.А. Федотова, уже обозначающего переход к идейному реализму 50—60-х гг. В этом натуралистическом жанре станковая картина проявляется в наиболее типичной камерной своей форме. 50—60-е гг. дают нам дальнейшее развитие этой камерной, т.е. мелкотоварной, станковой живописи. Н.М. Коваленская, которой и принадлежит это различие живописи 40-х гг. как натуралистической от идейно-реалистической живописи 50—60-х гг., анализируя формально-стилистические признаки обоих течений, определяет их как различные стадии выявления и утверждения принципов станковизма.

Этот рост станковизма в 50—60-х гг. также обусловлен ростом капитализма и, как его следствием, ростом буржуазных отношений. С конца 40-х гг. начинается рост хлебного вывоза и цен на хлеб, который, интенсифицируясь в конце 50-х и в конце 60-х гг.¹⁰, товаризирует и сельское хозяйство, порождает буржуазные настроения в среде дворянства и вместе с ростом промышленности¹¹ обуславливает «буржуазные» реформы 60-х гг.

Рост буржуазных настроений и все разговоры об уничтожении сословных привилегий и «самоупразднении дворянства», достигшие своего кульминационного пункта в 60-х гг.¹², были не чем иным, как идеологическим отражением той потребно-

сти в демократическом строе, которая вытекала из существа денежного хозяйства. Одной из таких идеологий была станковая живопись, буржуазная в меру буржуазности отношений между производителем и потребителем художественных ценностей.

Придворного и аристократического заказчика сменяет буржуазный частный более или менее мелкий потребитель. Это — обуржуазившееся дворянство, переселяющееся в города, наиболее передовая и культурная часть купечества и все растущая мелкобуржуазная интеллигенция, вербуемая как из дворянства, так и из «разночинцев».

«

Идея передвижных выставок была ориентировкой на расширенный мелкотоварный рынок провинции.

»

С 40-х гг. начинается рост художественных выставок, этого метода общения художника с его потребителем. Бесплатные академические выставки и выставки Училища живописи, ваяния и зодчества постепенно сменяются выставками платными. Доход с выставок и отчисления с проданных картин становятся основным, кроме членских взносов, источником средств для художественных обществ (напр., Москов. об-ва любителей художеств, возникшего в 60-х гг.). Позднее сами художественные общества возникают как чисто профессиональные объединения, преследующие главным образом выставочные задачи.

Вместе с тем уточняется и унифицируется и состав художественных обществ: из них исчезают сначала все высокие аристократические и буржуазные покровители, а затем и все так называемые любители, не художники. Общества становятся

цеховыми, художественно-производственными объединениями, а вернее, объединениями по сбыту своей продукции. Таким являлось уже Товарищество передвижных выставок. Что бы его идеологи вроде Н.И. Крамского и В.В. Стасова, а вслед за ними и все последующие «либеральные» журналисты ни писали о передвижничестве как об идейном течении, его основы были экономические, а не идеологические. Это, в конце концов, было ясно и самим «товарищам». В.Г. Перов писал в 1877 году Крамскому: «Товарищество основано в 1870 г. для того только, чтобы сами художники собирали на выставках доходы со своих трудов, но теперь общество вздумало преследовать другую цель: развивать или прививать потребность к искусству в русском обществе. Но об искусстве и художниках будущего века забота не наша» (Стасов. Двадцатилетие передвижников. — СПб., 1896, стр. 13). Самая идея передвижных выставок была ориентированной на расширенный мелкотоварный рынок провинции.

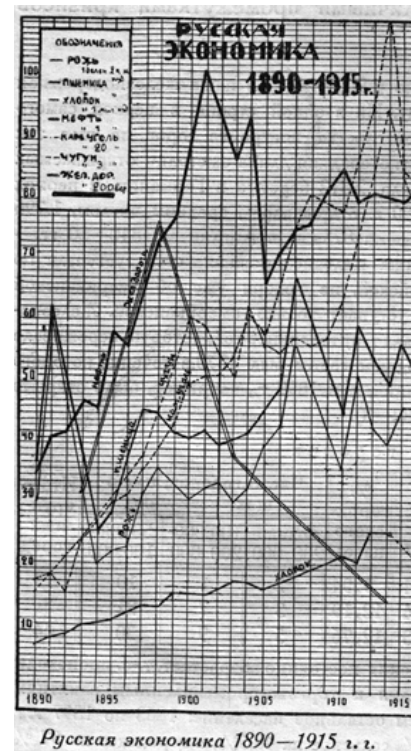
Другим методом уловления мелкого потребителя были художественные аукционы, которые начинают устраивать с 1845 г. «Сохранились расписки лиц, выигравших картины за 1853 год: здесь было 25 купцов, 24 ремесленника и мещанина, 10 крестьян, 2 дворовых и т.д. и только 8 аристократических фамилий. Этот документ подтверждает указания современников на демократический характер посетителей выставок» (Ковалевская).

Товарно-денежный характер художественной экономики совершенно ясен в организации «Артели» 60-х гг. Ее члены «пришли к заключению устроить (с разрешения правительства) артель художников, нечто вроде художественной фирмы, мастерской и конторы, принимающей заказы с улицы, с вывеской и уставом» (И.Е. Репин. Воспоминания). Неудача и распад «Артели» были обусловлены не тем, что неправильна была ставка на создание «художественной фирмы», ставка на безвестный товарный рынок, а тем, что в условиях этого рынка форма артели была уже архаической, устаревшей. Выставочное предприятие оказалось формой более подходящей и потому устойчивой. Выставки передвижников год из году растут, их материальная база медленно, но верно повышается (см. табл. на стр. 17).

Те же экономические причины, но уже отложившиеся в идеологические формы мировоззрения, лежали в основе знаменитого выхода 13 конкурентов из Академии. Это было стремление к личной свободе, протест буржуазного художника против уже устаревших и не соответствовавших реальным условиям жизни методов казенно-бюрократического коман-

дования и покровительства. Теперь «выше не было как полная самостоятельность художника, полная независимость его от приказов, поощрений и наград» (Стасов). Как напоминает это протесты против Академии Александра Иванова в 40-х гг.

Было бы, однако, совершенно неверным строить эволюционную теорию развития живописи от 60-х к 80—90-м гг. на основе якобы постепенного роста мелкого потребителя, товаризации и, следовательно, станковизации искусства.



Хотя в течение 70—80-х гг. и происходит вместе с общим ростом капитализма укрепление и рост товарно-денежной экономики искусства, однако по сравнению с тем энергичным развертыванием, которое наступает в 1890—1900-х гг., этот рост представляется состоянием почти стабильным. Здесь мы имеем дело не с простой якобы эволюцией, а с диалектическим скачком, переходом резко повышающегося количества в новое качество. Станковизм 40—60-х гг. вырос в условиях господства еще товарного капитализма — станковизм 1890—1900-х гг. был детищем уже развитого промышленного капитализма. Лишь теперь могло полностью развернуться воздействие на искусство тех свойств промышленного капитала, о которых в общих чертах я уже говорил выше и о конкретном проявлении которых речь еще будет впереди.

Если буржуазное искусство с его принципом станковизма противопоставлять достанковому или полустанковому искусству дворянства — то, разумеется, можно рассматривать всю живопись начиная с 40-х гг., а может быть, и несколько раньше еще как единый стилевой комплекс. Но при уменьшении масштабов,

«

**С середины 70-х годов
начинается кризис
помещичьего хозяйства,
вызванный конкуренцией
американской пшеницы
на европейском рынке
и тянувшийся вплоть до
конца 90-х гг.**

»

а следовательно, при углублении детализации и спецификации анализов и сопоставлений в этом комплексе обнаруживается своя внутренняя диалектика, в силу которой можно и должно противопоставлять станковую живопись 40—60-х гг. станковой же живописи 1890—1910-х гг. как различные и даже противоположные стили. Между двумя этапами утверждения станковизма в камерной мелкотоварной форме видим временное возрождение больших и «монументальных» картин, которое приходит вместе с реставрацией меценатства и принципа заказа.

В самом деле, если даже в 70-х, а в особенности в 80-х гг. мы и наблюдаем неуклонный рост выставок, их посещаемости, числа проданных картин и тому подобных признаков демократизации и товаризации искусства, то все же не этот процесс является здесь определяющим. Социально-экономическая обстановка 70—80-х гг. была отнюдь не благоприятствующей

значительной демократизации и росту товарного рынка для искусства. Половинчатый характер реформ 60-х гг., не создавший фактически того свободного наемного рабочего, который был необходим для купеческой фабрики и передового капитализируемого землевладения, имел своим следствием первоначально замедление темпа роста как промышленного, так и аграрного капитализма¹³.

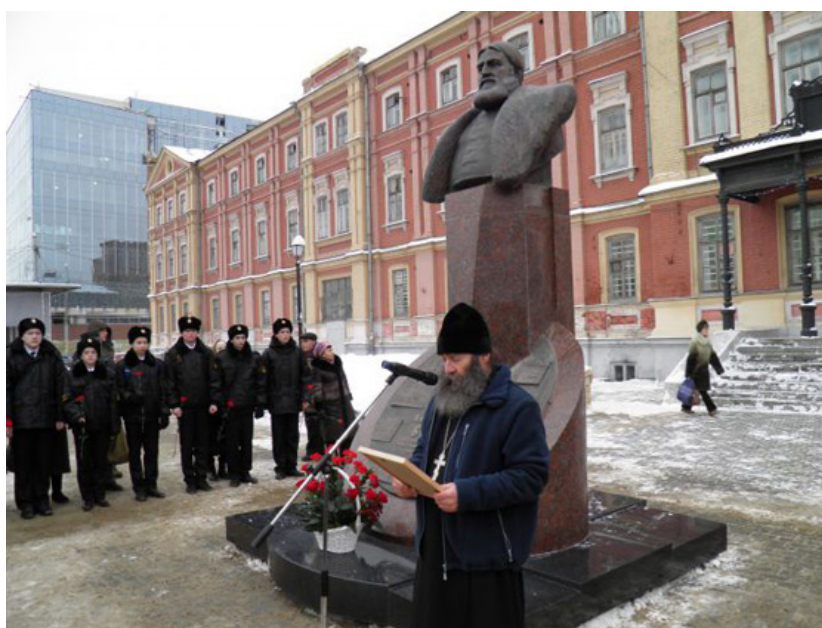
Годы	Число картин	Стоимость картин			Приход		Расход		Поступило в раздел		В капитал т-ва отнесено	
		выставленных	проданных	непроданных	Руб.	Коп.	Руб.	Коп.	Руб.	Коп.	Руб.	Коп.
1871	82	29690	22910	6780	6328	82	1941	37	4387	45	1032	05
1872	62	38430	22700	15730	5341	—	3709	92	1503	25	1180	22
1874	82	36275	22525	13750	8147	08	4428	48	3705	19	046	25
1875	83	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
1876	42	—	—	—	—	—	—	—	3198	20	—	—
1878	103	48250	31000	17000	—	—	—	—	—	—	7080	44
1879	63	—	—	—	13528	48	2712	73	10815	75	1345	—
1880	77	—	—	—	9641	26	3486	73	6152	53	1514	20
1881	117	111020	65020	45420	14510	16	7311	60	7187	80	2144	40
1882	137	98425	65235	19190	12759	41	8365	58	4363	05	1405	70
1883	128	118625	77000	41625	17748	59	8691	18	9056	22	1417	50
1884	176	113500	46250	73250	21445	99	12411	29	9034	22	1019	75
1885	272	128000	58930	69860	26150	80	12376	—	13774	80	1342	50
1886	125	11825	81425	30400	16520	28	9753	41	6856	50	2791	50
1887	118	133775	94575	39200	—	—	—	—	—	—	—	—
Итого за 15 лет	1687	967840	595142	372205	152121	88	76836	—	80034	96	20060	99

Иллюстрированный каталог XVI передвижной художественной выставки. СПб., 1888 г.

От реформы 1861 г. выиграл и усилился первоначально не промышленный, а торговый капитал. С середины 70-х годов начинается кризис помещичьего хозяйства, вызванный конкуренцией американской пшеницы на европейском рынке и тянущийся вплоть до конца 90-х гг. Дворянство начинает продавать и закладывать свои земли и, наконец, поступает на содержание к государству, становясь реакционной, задерживающей капиталистическое развитие силой¹⁴. В области промышленности 80-е гг. приносят застой¹⁵. Социально-политическими следствиями этих причин была реакция 80-х гг., сводившая на нет большинство буржуазно-демократических реформ 60-х гг.¹⁶ Вместе с уменьшением «демократических начал» рост мелкобуржуазного потребителя абсолютно замедлялся в своем темпе, а относительно уменьшался в своей значимости для развития искусства.

«60-е, 70-е и почти все 80-е гг. представляют собой в экономической жизни России тот момент развития капитализма, который обыкновенно именуется периодом первоначального накопления»¹⁷. Этот период первоначального накопления, проходивший у нас с необычайной быстротой, породил грюндер-

ство, хищническое накопление капитала. Строительные железнодорожные горячки, создание дутых акционерных обществ и банков, быстрый рост промышленности при «чрезвычайно грубых приемах эксплуатации наемного труда», носящих отпечаток рабовладельческих привычек, — все это порождает господство кучки крупных капиталистов-промышленников, являющихся фактическими хозяевами жизни¹⁸. Все это создает благоприятную почву для развития частного меценатства, на фоне общего застоя оказывающегося основным экономическим фактором развития наук и искусств.



Открытие памятника купцу и меценату Николаю Бугрову в Нижнем Новгороде

Купеческое меценатство начало складываться еще в 50-е гг., главным образом, в лице московских купцов Четверикова, Лепешкина, Опочинина, Лесникова, Хлудова, Мазурина, Левенштейна, Кокорева, Боткина, Солдатенкова, Третьякова. Но сначала это меценатство выражается, главным образом, в собирании коллекций иностранных мастеров, и лишь потом Третьяков, Солдатенков и др. переносят свое собрание на современную русскую живопись. Да и само это меценатство является еще только одной из частей общего товарного художественного рынка. Иное видим в середине 70-х годов. Меценатство Третьякова, Мамонтова, Морозова, а в 1900-х гг. Бахрушина и Рябушинского уже замещает роль мелкого товарного рынка в воздействии на судьбы искусства. Столичные и провинциальные выставки передвижников с их входной платой, а позднее (в 80—90-х гг.) с продажей иллюстрированных

каталогов и эстампов могли давать материальную базу для общества и его предприятий, но их было недостаточно для того, чтобы крупнейшие художники могли развиваться и создавать значительные произведения. В отчете Мясоедова за 15 лет существования передвижных выставок говорится, что общество составляло свой капитал, главным образом, из 5% отчислений с проданных картин. Капитал этот был не особенно велик и не превышал в лучшие годы 2000 рублей. Всего за первые 15 лет своего существования общество выдало ссуд на 10 812 рублей 18 коп. Если сравнить с этим те цифры, какие в 80-х гг. Третьяков или Александр III платили художникам¹⁹, станет совершенно ясна ничтожная роль общественности в сравнении с индивидуальным меценатством. Эти меценатские немногочисленные покупки и составляют основные суммы продаж с передвижных выставок конца 70-х, 80-х и 90-х годов.

Наряду с именами Александра III и вел. кн. Владимира Александровича можно было бы назвать еще ряд лиц из высшей аристократии, меценатствовавших наряду с купечеством в 80—90-х годах. Это, однако, нисколько не мешало меценатству быть буржуазным по своей основе. Буржуазия составляла подавляющее большинство меценатов и в силу своего общественного значения задавала тон. «На общей поверхности застоявшейся, скованной трескучей реакцией жизни восьмидесятых годов своим движением и подвижностью выделялось развитие буржуазии»²⁰. Русский промышленник теперь уже не прежний купец, серый и дикий, зачастую крепостной²¹, втихомолку наживавший деньгу, уступая даже и в области промышленности первое место дворянину. В восьмидесятые годы складывается новый тип европеизованного буржуа, крупного акционера и банковского дельца²². Стена, разделявшая дворянское и купеческое сословия, рухнула, как мы видели, еще в 60-х гг. В 80-х гг. буржуазия имеет уже значительную и влиятельную собственную прессу²³, а в 90-х гг. объявляет себя равной дворянству²⁴. В 1900-х годах выходит ряд изданий, посвященных юбилеям разных фирм (например, «50-летие фирмы Брокар», «Материалы к истории Прохоровской м-ры», «Ярославская большая мануфактура») или представляющих собой монографии об отдельных купцах, изданные их потомками (например, «Егорьевский городской голова Бардыгин»), в которых проявляется — правда, в несколько наивной форме — это стремление увековечить свою «породу», сознание своей общественной значимости и гражданских заслуг. «80—90-е

года — эпоха создания подлинно буржуазной культуры, эпоха купеческого меценатства, охватившего живопись, музыку, театр, просвещение, издательство, спорт и т.д.»²⁵.

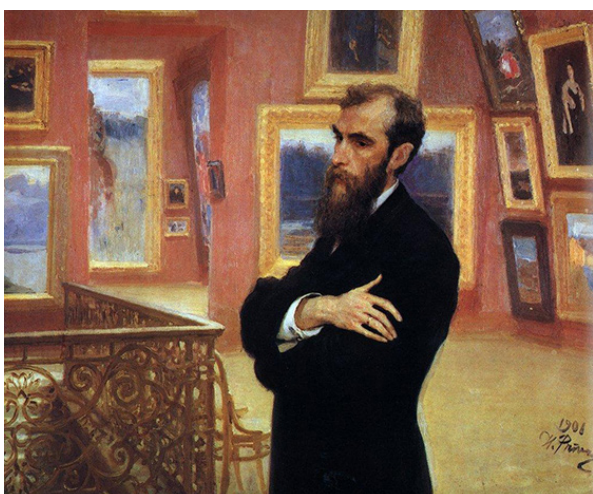
Но что самое главное — это то, что родовая знать была аристократическим меценатом только, так сказать, по паспорту, только в сословном, а отнюдь не экономическом отношении. Родовая знать, продолжавшая еще оставаться политическим гегемоном, обуржуазивалась вместе с ходом развития экономики. В 80—90-е гг. господствующим типом сельского хозяйства является капиталистическое хозяйство дворянского землевладения, тех «богатых и знатных», чья программа освобождения крестьян одержала верх в 60-х гг.²⁶. Это же крупное дворянство и верхушка чиновничества шли во вновь основываемые железнодорожные компании и акционерные общества²⁷. От них по мере сил не отставали и лица царствующего дома. Царь и великие князья были одними из крупнейших капиталистов и владельцев акций в стране. В этих условиях нет ничего удивительного, что, например, личные вкусы Александра III совпали со вкусами Третьякова в такой мере, что возникала даже мысль о покупке собрания Третьякова царем для задуманного им национального музея²⁸.



Льняная мануфактура в Костроме, принадлежавшая Павлу Третьякову (основателю Третьяковской галереи)

Единству дворянской и купеческой эстетической идеологии способствовал и политический индифферентизм и даже консерватизм буржуазии 80—90-х гг. Экономически зависевшая от правительства, бывшего для нее посредником между ней и западным капиталом²⁹, напуганная начинающимся рабочим движением (например, Морозовская стачка 1885 г.), буржуазия и не помышляла ни о каких политических правах и гражданских идеалах. Известно ведь, сколь непрочна и ско-

ропреходяща оказалась «революционность» нашей буржуазии даже в 1905 г., когда она уже европеизировалась и окончательно эмансипировалась от правительственной опеки и когда несоответствие экономических и политических форм дольше не могло быть терпимо без урона для ее интересов. Буржуазия «струсила» и поспешила заключить союз с дворянством и правящей верхушкой при первых же массовых стачках и крестьянских волнениях, как только буржуазия стала чувствовать, что в отсталой России буржуазная политическая революция неминуемо перерастет в социальную революцию пролетариата³⁰.



Николай Репин.
Портрет Павла
Третьякова

При этой аполитичности буржуазии и сомнительности ее либерализма даже в редкие моменты политической активности меценатство и коллекционерство были для нее заменой недостающей политической деятельности, безвредным и безопасным суррогатом либерализма³¹. В отношении искусства, уже переставшего быть революционным, от революционной проповеди 50—60-х гг. перешедшего к либеральному «жалению», пассивно-созерцательному психологизму, а иногда даже и просто к историческим рассказам и современным анекдотам, полиберальничать можно было даже не только буржуа, но и аристократу. Александру III лично нравились картины передвижников, но это не мешало цензорам и жандармам изымать с передвижных выставок все, что могло оказаться опасным для самодержавного режима. Аналогичным образом Третьяков, одной рукой покупая «революционные» картины Н.А. Касаткина из рабочего быта, другой подписывался под петицией об упразднении института фабричных инспекторов. Это противоречие не покажется нам слишком большим, если

мы припомним, что и Морозовы, неоднократно заигрывавшие с революционным движением, жертвовавшие на него деньги (см., например, у Горького в воспоминаниях о Л.Б. Красине), во время стачек на их фабриках выпрашивали для охраны казачьи сотни³².

«
**Меценатство второй половины
80-х — первой половины 90-х гг.
можно считать классическим
типом буржуазного меценатства.
Оно выросло в меру слабости
художественного рынка
и продолжало играть роль
до конца интересующего
нас периода.**

»

Между бытом и общественным положением аристократии родовой, существовавшей в большинстве с капитализированной ренты, и аристократии денежной различие все уменьшалось, «и в столицах, и в значительных провинциальных центрах быт имущих классов постепенно утрачивает былую сословную красочность» (Приселков, там же, стр. 41). В 1890—1900-х гг. Серов совершенно одинаково обслуживает, как портретист, обе эти аристократии, и между его портретами графини В.В. Капнист (1895 г.) и М.Ф. Морозовой (1897 г.), императора Александра III (1902 г.) и В.О. Гиршмана (1911 г.) нет никакой заметной разницы. Эта идентификация вкусов происходила вместе с той европеизацией и демократизацией общества, которую нес с собой развивавшийся капитализм. Аристократия

постепенно теряла свою кастовую ограниченность и безграмотность феодального высокомерия, а буржуазия — кулацко-замоскворецкие обычаи своих отцов. Выработывался все более промежуточный слой верхушечной крупнобуржуазной интеллигенции, объединявшей в своих салонах титулованных ученых и художников (Шереметев, Щербатов, Уварова, Трубецкой), промышленников-биржевиков новой формации, врачей и адвокатов с богатой практикой.



г. ТВЕРЬ. Фабрика Морозова.

Тверская мануфактура, принадлежавшая промышленнику и коллекционеру Ивану Абрамовичу Морозову

Такую картину дают нам, главным образом, уже 1910-е гг.; в 80—90-х годах расстояние между купеческим и дворянским меценатством было, конечно, большее. Но и тогда классовая разница их эстетик не шла дальше «литературного содержания», покупаемых картин³³. Родовая аристократия, главным образом петербургская, тянувшаяся за ней высшее чиновничество и разбогатевшие парвеню-грюндеры были в искусстве более консервативны, предпочитали реставрированный академизм с его античными реминисценциями (Смирнов, Бакалович, Семирадский, Айвазовский и др.), а в области новых стилистических устремлений — те из них, которые были еще облечены в привычные «передвижнические» жанровые мотивировки (например, Ю. Клевер, Шильдер, К. Маковский, позже Богданов-Бельский, Горюшкин-Сорокопудов и др.). Наоборот, крупное купечество «с родословной», главным образом московское, было в искусстве более передовым и поддерживало молодые новаторские начинания³⁴. В этой среде грюндерство эпохи первоначального накопления и авантюристический момент, заключавшийся в стремительном темпе развертывания промышленного капитализма, продолжали типы таких «бешеных» и стремительных людей, как С. Мамонтов, буйная натура ко-

торых заставляла их в искусстве сочувствовать таким же проявлениям буйства и смелости. Напоминаю лишь, что все это буйство никогда не переходило сколько-нибудь значительно в социально-политическую революционность, ограничиваясь областью «чистого искусства» или в лучшем случае нося абстрактно-психологический характер.



Открытие памятника купцу Алексею Губкину в Кунгуре

Но даже при наибольших внешних различиях меценатство аристократическое и буржуазное, имея общую экономическую почву, порождает одни и те же отношения между покупателем и производителем художественного товара. Меценатство едино с точки зрения организации художественного производства и сбыта, а тем самым едино и как фактор художественно-стилистических изменений. Анализируя буржуазное меценатство, можно установить в его развитии три стадии. В начале меценат является простым коллекционером, отношения которого с художником ограничиваются простой покупкой картин. Так собирают свои коллекции Солдатенков, Цветков и в начале своей деятельности Третьяков. Этот тип меценатства складывается в 50-х гг. и достигает своего расцвета в 70-х — первой половине 80-х годов. Но уже внутри этих еще совершенно товарно-денежных форм меценатства зарождаются новые специфические черты. Увлечение коллекционерством втягивает мецената в более тесные отношения с художником. Меценат входит в художественные объединения, посещает мастерские художников. В свое коллекционерство Третьяков вкладывает унаследованные им от отцов коммерческие навыки³⁵, покупая

картины до выставок, часто еще «на корню», выдавая авансы под только начатые произведения. Следя за ходом работы художника над авансированным произведением, меценат дает ему более или менее обязательные для него «советы». В отношении купли-продажи начинают проникать элементы заказа, роль и значение которых увеличиваются вместе с выработкой у Третьякова более или менее четкого плана составляемого им собрания. Так, например, он прямо заказывает Перову и Крамскому портреты современных научных и художественных деятелей³⁶. Заказ как форма производственных отношений между художником и меценатом начинает превалировать во второй половине 80-х — первой половине 1900-х гг., когда наряду и вместо картин заказываются декоративные росписи для многочисленных строящихся церквей (храм Спасителя, Владимирский собор, Спас на Крови, ряд более мелких церквей, которые строятся по усадьбам и на крупных заводах, например, на Мальцовских заводах в Гусь-Хрустальном). Эпоха порождает целую плеяду художников с большим или меньшим уклоном в сторону декоративности (В.М. Васнецов, М.В. Нестеров, К.А. Коровин, М.А. Врубель и др.). Расцвету этого декоративизма (в техническом, а не принципиально-художественном смысле) способствовал и рост театра, в котором как раз в эту эпоху в силу ряда причин декоративное оформление спектакля начинало играть огромную роль.

Меценатство второй половины 80-х — первой половины 1900-х гг. можно считать классическим типом буржуазного меценатства. Оно выросло в меру слабости художественного рынка и продолжало играть роль до конца интересующего нас периода. В 1900—1910 гг. точно так же художественное новаторство должно было искать себе материальной поддержки у частного капиталиста за отсутствием или недостаточностью иного рынка сбыта. Но если в 80—90-х гг. художник, найдя мецената-покровителя, на этом успокаивался и работал лишь на него, то теперь самый меценат (вернее, его деньги) используется для завоевания товарного рынка. Рост товарно-денежных отношений в искусстве в эпоху расцвета промышленного капитализма оказывал влияние и на меценатство, не только оттесняя его на второй план, но и видоизменяя его формы, подчиняя его новым капиталистическим отношениям. Меценатство в своей третьей и последней стадии выступает в форме поддержки уже не индивидуального художника, а в форме финансирования художественно-производственных или изда-

тельских предприятий. С. Мамонтов и кн. Тенишева еще в 90-х гг. основывают в Абрамцеве и Талашкине мастерские по художественной промышленности и финансируют журнал «Мир искусства». Позднее видим такое же финансирование Ушаковым «Аполлона», а Рябушинским «Золотого руна». В последнем случае меценат уже сам выступает как художественный деятель и одновременно предприниматель, издавая журнал, устраивая платные выставки и т.п.

Внутренне перерожденное меценатство становится прототипом капиталистического художественного предпринимательства вроде, например, «салонов» Лемерсье, Михайловой и др. Война и революция оборвали, однако, развитие этого отечественного типа парижского «маршана» прежде, нежели он успел сколько-нибудь значительно оформиться.



Открытие памятника предпринимателю и меценату Николаю Мешкову в Перми

Слабость художественного рынка и филантропические основы экономики художественного труда несколько задержали у нас выработку нового типа художника. Изменить железной логике товарного производства, создававшего из художника «интеллигентного пролетария», купеческое меценатство, само покоившееся на денежных отношениях, конечно, не могло. Но оно создало временный симбиозный тип художника, представлявший собой необычайное сочетание производителя рыночного товара и лица, обслуживающего двух-трех заранее известных и всегда более или менее одних и тех же покупателей. Индивидуальное меценатство диктует свою волю, вы-

двигая того или иного художника и делая ему имя. Федотову или Перову их славу создавало общественное мнение, теперь же художника выдвигает покупка его картины Третьяковым для своего собрания³⁷. С. Мамонтов поддерживает молодых и начинающих В.М. Васнецова, К.А. Коровина, И.И. Левитана, В.А. Серова, М.В. Нестерова и др. Совершенно так же, как позднее Рябушинский лансирует П.В. Кузнецова и делает ему имя наряду с целым рядом других художников «Голубой розы». Меценату теперь уже нет дела до общественного вкуса, он руководится только своим собственным. По рекомендации Мамонтова Прахов предоставляет М.В. Нестерову работу во Владимирском соборе, а московская плутократия — стены своих особняков М.А. Врубелю. С. Малютин получает возможность работать, лишь став «придворным художником» кн. Тенишевой.

Приобретая имя и известность, художник или совсем порывает связь с художественным обществом, предпочитая, как, например, А.И. Куинджи³⁸, К. Маковский или Верещагин, иметь дело с меценатом непосредственно сам, или же сохраняет только номинальную связь с обществом.

Вся плеяда новых передовых художников существует в 80—90-х гг. уже не продажей своих картин на безвестном художественном рынке. К.А. Коровин работает как театральный декоратор, В.М. Васнецов и М.В. Нестеров становятся специалистами по росписям храмов. В.М. Васнецов, например, в течение 10 лет (1885—1895) работает на определенной «службе» по росписи Владимирского собора. Основным средством существования для М.А. Врубеля является не продажа картин, а выполнение заказов на панно для купеческих особняков (Морозова, Рябушинского и др.).

Купеческое меценатство 80—90-х годов освободило художников на первых порах от рыночной конкуренции, от необходимости много производить. Некоторые из них остались в этом положении и позже, другие же, как В.А. Серов, ставший модным портретистом в 1900-х годах, уже изнывали под бременем постоянной работы из-за денег.

Писание картины становилось большим и серьезным делом, «подвигом», «творчеством». Свобода от рынка делала эту работу в глазах художника выражением лишь своих собственных переживаний и интересов. Раз угодив на Третьякова или на заказчика росписи для церкви, В.И. Суриков, В.М. Васнецов или М.В. Нестеров могли быть уверены, что теперь все то, что для них самих является «душевым делом», даст им

средства к жизни. Но если даже Третьяков, имевший довольно определенные вкусы, проявлял большую широту диапазона от Перова до В.М. Васнецова и от Корзухина до М.В. Нестерова — то такие меценаты, как С. Мамонтов предоставляли художникам делать все, что им хочется. Для большинства разбогатевших буржуа в искусстве была завлекательна одна внешняя сторона: блеск, богатство, красивость. Что им было до идейного содержания, до сущности эмоции; лишь бы помоднее да почуднее. В основном — декоративной живописности, эмоциональной насыщенности — стремления художника и заказчика сходились, а в остальном для художника была полная свобода.

«

**Изменить железной логике
товарного производства,
создававшего из художника
«интеллигентного
пролетария»,
купеческое меценатство,
само покоившееся
на денежных отношениях,
не могло.**

»

Художник не только не имел твердо поставленного задания, но еще сам влиял непосредственно на заказчика, обучая его хорошему вкусу. Художник был экономически независим от широкой публики, и это создавало ему иллюзию идеологической свободы и независимости. Публика могла сколько угодно с возмущением кидать каталоги во врубелевского «Богатыря»; волей Мамонтова он все равно украшал Нижегородскую

выставку (в особом, правда, павильоне). В 80—90-е годы вместо прежнего контакта с общественностью искусство начинает становиться в принципиальную к ней оппозицию. В психике художника складывается презрительное отношение к толпе, чьи вкусы расцениваются как мещанство. В полную противоположность 60-м годам в 90-е годы неуспех у публики становится своего рода патентом на гениальность, доказательством выдающейся оригинальности. Здесь заложены корни знаменитой войны «декадентов» с общественным мнением.



Открытие памятника миллионеру и меценату Григорию Маразли в Одессе

Это обслуживание определенного заказчика не могло не отразиться весьма существенным образом на продукции новых художников. К числу многочисленных мифических представлений об истории русского искусства принадлежит и традиционный взгляд на передвижничество как на определенное художественно-стилистическое течение. Идеалистическое мышление, видящее во всяком историческом процессе продукт деятельности и сознательных устремлений отдельных индивидов, анализирующее обычно не столько факты, сколько их отражение в сознании современников, склонно отождествлять понятие художественных группировок с понятием стилистических явлений. За последние годы уже не раз указывалось на неправильность традиционного представления о радикализме передвижнической идеологии. На передвижников, в 70—80-х гг. выразивших мировоззрение аполитичной «постепенной» интеллигенции, неправомерно был перенесен политический радикализм их предшественников, художни-

ков 50—60-х годов. В самом деле, характерно ведь, что вождь передвижничества Н.И. Крамской не написал ни одной картины на «гражданские» темы. Но даже в эпоху своего расцвета в 70—80-е гг. передвижничество вовсе не представляет собой единого целого. Недаром большинство первых художников нового стиля принадлежали к передвижникам. Новый стиль мог зародиться в передвижничестве, потому что, несмотря на всю свою словесную идеологию, оно было лишь группировкой лиц, а не стилистическим явлением. В нем доживали свои дни традиции камерной станковой живописи 40—60-х гг. с ее жанрово-литературной установкой и происходило нарастание нового стиля, выдвигавшего совершенно другую систему художественных приемов.



Валентин Серов.
Портрет Ивана
Абрамовича
Морозова

Первым непосредственным результатом меценатства было увеличение размеров картин. Камерную станковую картину сменяет «большое полотно» с более или менее ясным декоративным уклоном. От мелких жанров В.Г. Перов переходит к гигантскому «Никите Пустосвяту» (1881 г.). Совершенно так же В.М. Васнецов, начав с небольших жанровых картин в духе 70-х гг. («Преферанс», «С квартиры на квартиру», «Военная телеграмма»), под влиянием меценатского заказа Мамонтова переходит к «Витязям на распутье» и «Полю битвы» (см.: Д.И. Успенский. В.М. Васнецов. — М., 1906). И.Е. Репин и В.И. Суриков уже принципиально не интересуются мелким жанром и камерной формой и пишут «большие полотна» на значительные сюжеты. Художник 40—60-х гг. писал небольшие, недорогие по цене картины, рассчитанные на мелкого потребителя, на украшение стен его частной квартиры. В 80—90-х гг. художник делает ставку на тысячный гонорар³⁹ и не на мелкобур-

жуазную квартиру, а на купеческое или аристократическое собрание, более или менее приближающееся к типу музея. Живопись как будто бы возвращалась к гигантским полотнам академиков начала века. Но если эта мнимая близость не казалась убедительной даже в полотнах академических эпигонов вроде Семирадского, Смирнова или Бокаловича, то относительно работ передовых художников вроде И.Е. Репина или В.И. Сурикова не могло быть и речи о таком сравнении. Подобно тому,

«

**Писание картины
становилось большим
и серьезном делом,
«подвигом», «творчеством».
Свобода от рынка делала
эту работу в глазах художника
выражением лишь своих
собственных переживаний
и интересов.**

»

как буржуазное меценатство могло иметь лишь внешне-формальное сходство с дворянским меценатством конца XVIII — начала XIX века, подобно этому и продукты этого меценатства могли иметь лишь такое же чисто внешнее сходство «больших полотен». Внутренняя же сущность их была совершенно различна. Камерная, жанровая станковость живописи 40—60-х гг. сделала свое дело в разложении академической живописи с ее принципами геометрического построения композиции

объемов, помещения всех фигур на первом плане и замыкания фона по принципу рельефа. Возврата к принципу «пластического» уже не было, эволюция могла идти лишь в сторону «живописной» оптически-иллюзорной установки. Ее развитие и обозначал декоративный уклон мнимого монументализма больших полотен.



Открытие памятника фабриканту и меценату Николаю Бурьлину в Иваново

Позднее я вернусь еще к проблеме декоративизма и характеристике его проявлений в живописи 80—90-х гг. Пока же отмечу, что если в силу развития капитализма не было возврата к «пластической» живописи ранних академиков, то тем более не было возврата к подлинной монументальной, уже не станковой, а стенной живописи, на которую предъявлялся спрос в заказах на росписи церквей и украшения особняков. Противоречие социального заказа и методов художественного производства нашло свое разрешение в создании паллиативной формы панно. Заключая в себе одновременно подвижность станковой картины и производясь, как и она, в мастерской художника, вне декорируемого помещения⁴⁰ и вместе с тем свойства стенописи, панно стало своего рода ковром, шпалерой. По существу тот же характер панно носят и васнецовские проекты росписи Владимирского собора. Они механически переносились на стену и прикрывают ее точно так же, как ковер или шпалера. Роспись Владимирского собора необычайно показательна именно с точки зрения того, как крепко умерла монументальная живопись и как непонятен был теперь самый смысл ее двухмерной плоскости. Она была забыта вместе с техникой фрески. Художник-станковист и в росписи стен применял привычную ему технику масляной живописи. Он до-

ходил в своем безразличии к материалу и технике даже до того, что мог, как Врубель в Кирилловской церкви, реставрируя фреску, записывать ее масляной живописью.

Разрешение монументального задания в условиях станковых методов художественного производства было, таким образом, возможно лишь путем иллюзорно-зрительной установки. Это было не что иное, как то «далевое зрение» пейзажной пространственности, которое, как мы это видели выше, было типическим для начала стиля.

«Большое полотно» становилось как бы своего рода «панорамой», оптическим эффектом большого масштаба. Тем самым объем сменялся массой, превращаясь в простое пятно и раздробляясь в той узорчатости и ковровости, которую несла с собой декоративная установка. Зрительная эффективность, равно как и потребности «психологизации» изображаемого, точно так же вытекавшие из «музейной установки» (как мы это увидим ниже), заставляют усиливать светотень, превращая ее из средства моделировки в самоцель. Большое полотно требует значительных жестов, которые, теперь уже не связанные статической природой «пластических» объемов, обнаруживают свою динамическую природу и стремятся стать основным приемом композиции, как бы в меру того значения, которое они имеют в воздействии данного произведения на зрителя («Иван Грозный» И.Е. Репина).

Нетрудно видеть, что именно «музейная» установка на «большое полотно» была причиной обессюжетивания и пейзажизации живописи. Любая жанровая сцена, увеличенная во много раз, неминуемо начинает терять свой рационалистический реализм, подменяя его реализмом психологического порядка. Эту психологизацию жанра, т.е. замену апелляции к логике апелляцией к эмоции, образующуюся в результате простого увеличения масштабов, наглядно демонстрирует нам, например, «Неутешное горе» Н.И. Крамского или в особенности «Не ждали» И.Е. Репина. Происходящее здесь уничтожение «рассказа» есть не что иное, как уничтожение второстепенных подробностей и деталей или их подчинение простым немногочисленным основным предметам. В «монументальной» большой картине нельзя дать постепенного развертывания событий (временной принцип литературы), а можно изобразить лишь один момент. Монументализация жанра вела к уменьшению числа фигур, к упрощению, лаконичности изображаемой сцены. Проблема толпы как раз и выростала из этой потребно-

сти множество людей объединить в некое единство, лишенное момента временной длительности, возникающей при отдельном разглядывании каждой фигуры, и, наоборот, воспринимаемое мгновенно сразу. Напомню простоту членения «Морозовой» В.И. Сурикова на три части. Эволюция эскизов к этой картине есть постепенное объединение, стягивание отдельных групп и сцен в единое направление движения.

«

**В господстве натюрмортизма
тенденция станковизма,
достигнув своего предела,
начинает переходить в свою
собственную противоположность.
Стремление к законченности
и отработанности возникает
с первыми попытками
от изображения вещей перейти
к деланию вещей.**

»

Если исходить из анализа одного «содержания», совершенно невозможным оказывается объяснить, почему «революционные» по своей тематике картины Ярошенко и Н.А. Касаткина 80-х гг. лишены той «гражданственности», которой полны, например, жанры Перова или Неврева. Другое дело, если понять, что всякий художественный жанр мыслим лишь в данной свойственной ему системе приемов, изменение которых неминуемо отзовется на характере жанра и наоборот. Тогда на нашем примере мы увидим, что замещающий конкретную соци-

альную проповедь абстрактный психологизм есть не что иное, как результат той монументализации жанра, на которой он терял свой спецификум.

Прослеженный мною в начале работы процесс историзации жанра и вытеснения его темами исторического, религиозного или сказочного порядка был не чем иным, как изживанием специфика жанра, переключением жанровой «литературности» в пейзажную «эмотивность». Это есть прямой результат стремления к «значительному и глубокому» сюжету, который мог бы оправдать размеры картины и соответствовать своей идеологической монументальностью физической монументальности размеров. Для мелкого потребителя и его квартиры можно и нужно давать злободневный и занимательный сюжет; для музея нужно дать «великое и вечное». К тому же и гонорар, получаемый художником за его картину, стоял в прямой пропорции со степенью значительности его сюжета. Третьяков за исторический и в особенности религиозный жанр платил гораздо дороже, нежели за пейзаж и даже жанр бытовой⁴¹.

На нашем примере находит себе новое подтверждение известное положение, что при прочих равных условиях мелкая художественная форма оказывается более реалистична, злободневна и социально-утилитарна и что, наоборот, попытки возрождения форм монументальных влекут за собой поиски «вечных ценностей» и абстрактной общезначимости.

Сказанное о жанре, разумеется, нетрудно было бы распространить и на портрет, и на собственно пейзаж. В отношении последнего становится ясно, что театрализованно-символический пейзаж А.И. Куинджи и раннего И.И. Левитана был преодолением жанрового реализма пейзажа как «портрета местности» и должен был предшествовать тому самоопределению пейзажа, которое происходило в процессе его опрощения.

Отсюда нам становится понятной историческая роль и смысл «монументализма» живописи «больших полотен» эпохи меценатства 80—90-х годов. В живописи «большого полотна» осуществлялось преодоление натуралистически-жанровых черт станковизма предыдущего стиля и свойственной ему системы приемов. Всякий новый стиль вырабатывает свою систему приемов на преодолении и переработке приемов стиля предыдущего. Без учета этих последних невозможно понять, почему основная тенденция данного стиля проявилась именно в такой системе приемов.

Интерес к проблеме пространства в известной мере, так

сказать, органически присущ станковой картине, вытекая из самого ее существа самоцельной оптической иллюзии. Эта «пейзажная» пространственность была присуща и жанровой станковой живописи 40-х годов. Как показывает анализ Н.М. Коваленской, формальное решение этой пространственной задачи было весьма близким к тому, что мы видели на первой стадии интересующего нас стиля. И там, и здесь видим кулисное построение при линейной перспективе, освещение изнутри и образуемую им «силуэтность» фигур, как бы окруженных неким «ореолом».

Однако этой пространственной тенденции противодействовала другая, связанная с жанрово-литературным характером этого станковизма. Ориентируясь на мелкобуржуазного, шедшего к созданию своего «демократического» общества потребителя, живопись угождает господствующему в его среде рационалистическому любопытству. В живописи доминирует «литературный» сюжет, забавный или поучительный анекдот. Революционные тенденции 50—60-х гг. приносят в живописи замену этих анекдотов гражданской проповедью и социальной сатирой. Становясь более серьезной и более значительной, «литературная» сюжетика увеличивает тем самым и удельный вес жанровой тенденции за счет пейзажной. Н.М. Коваленская устанавливает, что в 50-х гг. начинается обратная тенденция стягивания пространства к переднему плану, роста значения и роли человеческой фигуры (объемной формы). Одновременно происходит потухание яркого колорита 40-х гг. и замена его общим рыжевато-коричневым тоном. Так создается та формальная система, которая характерна для живописи типичных передвижников 70-х и отчасти 80-х гг. и которую мы противопоставляли формально-стилистическим тенденциям нашего стиля.

Здесь происходит как бы рецидив тенденций «пластичности» академической живописи начала века. Этот рецидив не мог быть значительным, и его победа не могла быть полной, так как вся его система и художественная природа не соответствовали природе станкового буржуазного жанра. Но он был, однако, достаточно сильным, чтобы подавить иллюзионистическую тенденцию к пейзажной пространственности.

Поскольку внутри самой мелкой станковой формы не было возможности к развитию иллюзионистических тенденций, понадобилось «большое полотно» для того, чтобы преодолеть жанровую «литературность». Декоративная тенденция «большого полотна» обезлитературивала живопись, не выходя

ни за пределы станковой формы, ни за пределы реалистической изобразительности. Художник предыдущего стиля излагал какие-то события, новый художник выявлял эмоции. Сознательно он стремился выявить «душу вещей», фактически же превращал вещи и события в аппарат для выявления своих эмоций.

Вполне понятно, что, борясь с жанровостью, художник противопоставлял ее сюжетности относительную бессюжетность или, вернее, малосюжетность пейзажа. Точно так же естественно, что пейзаж как сюжет был выявлен и осознан именно в этой натуралистической стадии стиля. Когда пейзаж сыграл свою роль, был не страшен и частичный возврат к жанру в живописи «Мира искусства». В самом деле, если жанр в 40—50-х гг. вырастал из интерьерной живописи, то теперь, наоборот, интерьер поглощал жанр. Уничтожение жанрового специфика в мирискусственническом жанре через ретроспективно-стилизированные костюмы, бутафорию и стаффаж — лишнее доказательство той роли, какую именно декоративная тенденция играла в сложении нового стиля.

Станковизм «большого полотна», диалектически противопоставляя свою декоративную тенденцию жанровой сюжетности мелкой станковой формы 40—60-х годов, тем самым высвобождал иллюзионистическую стихию станковизма. Эта иллюзионистическая стихия, составлявшая существо «живописности», нашла свое выражение в системе приемов той камерной станковости, которую принесли с собой окончательное утверждение и пышный расцвет промышленного капитализма.

В 90-х годах в русскую промышленность начинается усиленный приток иностранного капитала. Одновременно конверсия Вышнеградского в 1899 г., переводя государственный долг с русского кредитора на заграничного, освобождает для промышленности и значительные суммы туземного капитала⁴². Этот приток капитала создает в промышленности необычайное оживление. Предпосылки для развития русской промышленности были уже созданы. В 70—80-х гг. сформировалась легкая индустрия (главным образом, текстиль), а в 80-х гг. — тяжелая индустрия. Запоздавший русский промышленный капитализм начинает расти необычайно быстро в темпе, опережающем самые развитые капиталистические страны⁴³. Как следствие этого роста промышленности, начинается такой же интенсивный рост городов и городского населения, далеко оставляющий за собой все то, что до сих пор знала в этом отношении Россия⁴⁴.

Этот расцвет промышленности со всеми его следствиями

продолжается с различными промежутками кризисов (например, кризис 1906—1909 гг.)⁴⁵ непрерывно до начала мировой войны. «...к этому времени промышленный капитализм в России уже начал перерождаться в капитализм финансовый — перед 1914 г. Россия вступила уже в империалистическую стадию развития» (М.Н. Покровский, «Очерки истории русской культуры», стр. 133). Расцвет промышленного капитализма вызвал такой же расцвет и интенсивный рост во всех отраслях культуры и искусства. Сразу исчезает вся идеология «постепенности» и мирного жития 80-х гг., и новая эпоха порождает бунтующие личности. Идеалистическое мышление связывало это «пробуждение общественного самосознания» с голодным 1891 годом и вызванным им общественным движением помощи голодающим. Но, разумеется, дело было вовсе не в самосознании; наоборот, само это самосознание было результатом поступательного движения промышленного капитализма.

1) **Рост городов**

Годы	Население Европейской России в тысячах			%	Число городов, имеющих население			Итого крупных городов.
	Всего	В городах	В уездах		городского насел.	больше 200,000	100,000-200,000	
1863	61420,5	6105,1	55315,4	9,94	2	1	10	13
1885	81725,2	9964,6	71760,4	12,19	3	7	21	31
1897	94215,4	12027,1	82183,3	12,76	5	9	30	44

Открытие памятника фабриканту и меценату Николаю Бурялину в Иваново

Развивая русскую промышленность, втягивая Россию в мировую систему промышленного капитализма, западноевропейский капитал европеизировал и всю русскую культуру, общественность и государственность. Система феодально-бюрократического самодержавия была устаревшей и стеснительной для капитализма, не соответствующей потребной для него организации общества. Промышленный капитализм создает кадры революционного пролетариата, для которого борьба за свои интересы против эксплуатации есть одновременно и борьба с режимом царизма. Буржуазия, в свою очередь, стремится политической борьбой отвлечь рабочих от борьбы экономической.

Возникают существенные противоречия между передовой буржуазией и отсталой феодально-бюрократической правящей группой. Но через 15 лет развития промышленного капитализма царистский режим дает первую свою роковую трещину 1905 года. Буржуазная демократия, хотя и куцая, оказывается завое-

ванной. «Победивший царизм вынужден ускоренно разрушать остатки добуржуазного, патриархального быта в России»⁴⁶.

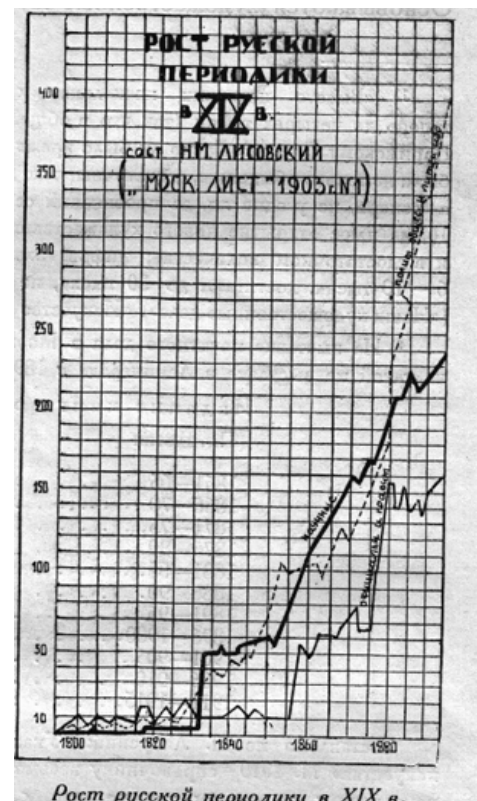
Не углубляясь в вопросы классовой дифференциации общества и в вопросы отношения различных слоев общества к искусству, ограничимся лишь анализом тех экономических последствий, которые имел для искусства расцвет промышленного капитализма.

Эти последствия выражались в увеличении материальной базы для искусства и необычайном увеличении и расширении его товарного рынка в лице мелкого потребителя. Начиная с 90-х гг. и в течение всех 1900—1910-х гг. идет неуклонный и интенсивный рост числа и размера выставок и художественных группировок⁴⁷, общее развитие издательской деятельности отражается и на увеличении издания книг по искусству⁴⁸.

Основываются художественные журналы европейского типа⁴⁹. Рост городов создает огромное поле для развития архитектуры⁵⁰, а потребности сначала крупной, а затем растущей мелкой буржуазии и технической интеллигенции в оформлении своего быта развивают массовое производство предметов художественной промышленности.

Быстрый темп развития капитализма создает такой же темп развития искусства, которое так же догоняет своего западноевропейского, главным образом французского, собрата. Еще в конце 90-х — начале 1900-х гг. французский импрессионизм был почти неизвестен и непонятен даже передовым русским художникам⁵¹. А уже в 1910-х гг. у нас расцветает кубизм и футуризм. Я уже отмечал, что русские художники аналитической стадии стиля в несколько лет своего ученичества последовательно проходили все этапы от импрессионизма до кубизма, совершая в несколько лет тот путь, на какой во Франции требовались десятилетия. Эта быстрота развития русского искусства эпохи промышленного капитализма накладывала на него определенный отпечаток, делала его историю необычайно пестрой и запутанной (здесь одновременно сосуществовали еще не изжитые традиции натурализма и академизма и самые смелые новаторства, одновременно «открывались» и импрессионизм, и кубизм, и т.д. и т.д.). Та же быстрота развития делала это искусство бестрадиционным и скоропреходящим. Если в 1900-х гг. еще у каждого художника был свой «стиль», каждый обозначал своей живописью какой-либо этап развития искусства, то в 1910-х гг. уже нельзя было сказать, в какой манере будет работать завтра тот или иной художник.

На протяжении всех 1900-х гг. искусство продолжало быть буржуазным и притом аполитичным и асоциальным. Оно даже еще в большей мере развивало свой гедонизм и самодовлеющий эстетизм. Но его потребитель, вырастая количественно, становился все более и более мелким. Как уже говорилось, развитие промышленного капитализма энергично товаризировало искусство, создавало для него мелкий денежный рынок. Оно же, интенсифицируя производство искусства в еще большей мере, нежели его потребление, порождало ту все возрастающую конкуренцию, которая свойственна всем отраслям товарного хозяйства. Эта конкуренция также играла свою роль в быстрой смене художественных направлений и манер, равно как во всех проявлениях художественного эпатажа.



Мельчание художественного рынка наряду с расширением его объема и падение цен ведут к мельчанию товарной единицы искусства⁵². Притом интенсивность этого мельчания была столь значительна, что не могла ограничиваться простым уменьшением размеров картин, но выдвигала наряду с картиной и на смену ей более подвижные и дешевые, требовавшие меньшей затраты труда виды изображения на плоскости. Наряду с законченной, отработанной живописью картины

начинают приобретать права гражданства эскиз и этюд. Художник предыдущего стиля рассматривал этюд как простую штудию натуры, а эскиз — как подсобную, чисто служебную работу в процессе выработки композиции и конструкции картины. Теперь эскиз и этюд начинают не только фигурировать на выставках наряду с картинами как художественно равноценные вещи, но и постепенно вытеснять картину. Критика конца 1890—1900-х гг. неоднократно отмечает засилье этюдов и эскизов на выставках и даже эскизный характер всей живописи вообще. Увеличение числа экспонатов на выставках шло за счет их мельчания, за счет замены больших, значительных картин мелкими эскизами и этюдами, а также другими мелкими станковыми видами, о которых речь будет ниже.

Этюдный характер — отличительная черта всей живописи 1900-х — первой половины 1910-х гг. Проблема законченной, отработанной картины возникает вновь не раньше полного определения аналитической стадии стиля, т.е. когда в господстве натюрмортизма тенденция станковизма, достигнув своего предела, начинает переходить в свою собственную противоположность. Стремление к законченности и отработанности возникает с первыми попытками от изображения вещей перейти к деланию вещей. Именно в той мере, в какой законченность и проработанность связаны с проблемами технологическо-производственного порядка и тем самым связаны с декоративными устремлениями стиля, в той же мере этюдность является выражением тенденции станковизма с присущим ей отвлечением от материала, абстрагированием линии и мазка и т.п.⁵³

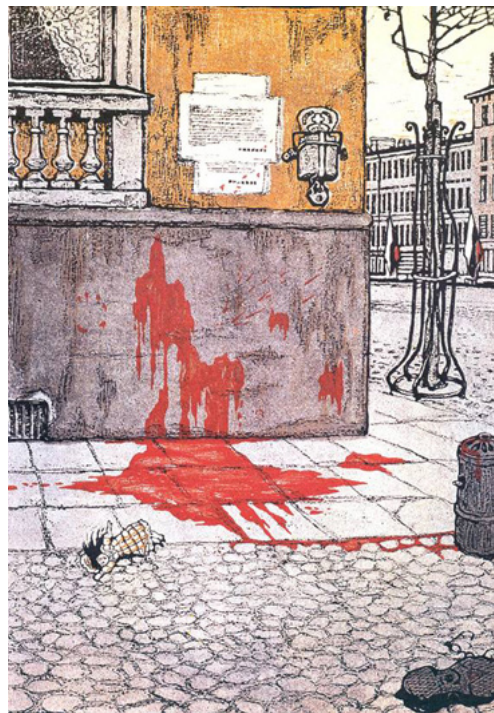
Наряду с заменой картины этюдом происходит выдвижение также в качестве самостоятельных и равноправных с живописью акварели, рисунка и гравюры. В 1880 году основывается «Об-во русских акварелистов», устраивающее специальные выставки акварелей. Общеизвестна та доминирующая роль, которую в живописи художников «Мира искусства» играют акварельно-гуашный рисунок и книжная графика. Я уже отмечал в свое время, что так называемая графичность живописи «Мира искусства» была господством технической двухмерности изобразительных средств при пространственности самого изображения. Это господство графической техники было результатом реального господства графики как вида искусства. Расцвет графики происходил, главным образом, как расцвет книжной графики и был обусловлен растущей книгоиздательской деятельностью и потребностями эстетизации книги.

1900-е годы — эпоха развития эстетики книги. На смену плохо оформленной книге XIX в. приходит все более улучшающаяся в своем оформлении книга, становящаяся помимо своего прямого назначения еще художественной вещью. В этой эстетизации книги, между прочим, большую роль сыграли журнал «Мир искусства» и книгоиздательство «Скорпион».

Книжная графика 1900-х гг. носила, главным образом, украшательский, орнаментально-декоративный характер, несмотря на свою сюжетность. Художники интересующего нас стиля по вполне понятным причинам не могли быть сколько-нибудь хорошими иллюстраторами. Иллюстрация по самой своей природе жанрово-литературна, а как раз эта-то жанровость и была ненавистна стилю и всячески им изживалась и переключалась. Характерна неудача, например, издания Кончаловским сочинений Пушкина с иллюстрациями Сурикова, Серова и др. или кушнеревского издания Лермонтова с рисунками Врубеля, Серова, Поленова и др. Эти иллюстрации оказались совершенно самостоятельными, не связанными ни сюжетно-изобразительно с текстом, ни формально-стилистически с набором печатного листа. Последнее было устранено в технической двухмерности графики «Мира искусства» и создало иллюзию книжности и иллюстративности. Но это была действительно только иллюзия, так как эти иллюстрации были менее всего иллюстрациями, т.е. изъяснениями текста. В лучшем случае это были импровизации на темы текста, где, как и в живописи, господство стаффажа и бутафории было методом вытеснения сюжетно-фабульной стороны; чаще же всего они носили характер чистых украшений. В 1910-х гг. иллюстрация и рисуночные украшения в книге начинают исчезать, и эстетика книги все больше превращается в эстетику собственно полиграфическую (выбор шрифта, композиция набора и т.п.). Одновременно и рисунок под влиянием общего роста «живописности» теряет свой графический характер. Я отмечал в свое время роль монохромных средств рисунка в выявлении свойств живописного цвета. Рисунок окончательно определялся как самостоятельная форма камерного искусства, он станковизировался.

Также станковизации подчинялась и гравюра. Рост интереса к гравюре и появление художников-гравюров (А.П. Остроумова-Лебедева, П.А. Шиллинговский, В.Д. Фалилеев и др.) совпадают с вытеснением гравюры как репродукционного средства фотомеханикой. Это создает предпосылки для эстетизации гравюры, так как буржуазная эстетика есть эстетика са-

моцельности, практической непригодности, внеутилитарности искусства. Эволюция А.П. Остроумовой-Лебедевой и Фалилеева идет как раз от репродуцирования к созданию самостоятельной оригинальной цветной гравюры, к выявлению и подчеркиванию спецификаума ее изобразительных средств. Особенно нагляден этот процесс эстетизации и станкового «самоопределения» деревянной гравюры в результате утраты ею репродуктивного значения в эволюции ксилографа И.Н. Павлова. Старый и опытный гравер-репродукционер, он, вытесненный со своих производственных позиций фотомеханикой, начинает выпускать с 1915 г. серии больших «станковых» цветных лино- и ксилогравюр («Останкино», «Уходящая Москва», «Уходящая Русь» и др.)⁵⁴.



Мстислав
Добужинский.
Октябрьская
идиллия. 1905

Ренессанс гравирования, порожденный потребностью в мелкой товарной единице искусства, естественно выдвинул наиболее легкие и быстрые способы гравирования — ксилографию и линогравюру. Даже попытки воскрешения офорта оказались маложизненными, а о классической резцовой гравюре не могло быть и речи. Гравюра в известном отношении была, конечно, самым «демократическим», а правильнее — наиболее товарным видом изоискусства. Она распространялась в массе отпечатков сравнительно невысокой цены. Но своего расцвета она достигла лишь в наши дни; в 1900—1910-х же годах особо большого места не занимала. Зато наблюдаем любопытную

попытку к размножаемости мелкой живописи. Ряд художников «Мира искусства» повторяют по несколько раз одну и ту же вещь, очевидно, привлекая на выставке нескольких покупателей. Особенно часто это имело место в отношении эскизов театральных постановок (например, М.В. Добужинского), которые — это уже отмечалось — трактовались как самостоятельные станковые произведения.

В отношении техники живописи для 1900-х гг. необходимо отметить преобладание техники темперы и гуаши над масляной живописью. Техника масляной живописи возрождается в своем доминирующем значении также не ранее аналитической стадии стиля. К темперной технике переходит в конце своей эволюции В.А. Серов. В технике акварели, гуаши и темперы работают А.Н. Бенуа, К.А. Сомов, Л. Бакст, Н.К. Рерих, ранний Б.М. Кустодиев и вообще большинство мирискусников. Позднее в той же технике целиком или преимущественно работают В.Е. Борисов-Мусатов, С. Судейкин, Н.Н. Сапунов, М.С. Сарьян, П.В. Кузнецов и др. Матовость гуаши и темперы воздействует и на масляную живопись. Уже В.А. Серов подмешивает в свои краски специальные порошки для придания им матовости. Матовость масляной живописи, еще подчеркиваемая обычно отсутствием лака или лакировкой очень тонким слоем, присуща большинству произведений 1900—1910-х годов.

Эстетическая мысль современников с обычной для нее услужливостью и готовностью идеологически санкционировала и теоретически обосновала это выдвижение новых видов изобразительных искусств. Этюд и эскиз стали ценить (конечно, только на страницах газет и журналов) чуть ли не выше законченных картин, как проявление «живой души художника». Незаконченность стала возводиться в принцип как дающая больший простор фантазии зрителя, его личному творчеству и т.д. В законченности, отработанности стали видеть засушивание, уничтожение непосредственности, идейно-эмоциональной и формально-живописной свежести. Еще вплоть до наших дней господствует идеалистическое убеждение, что расцвет рисунка и графики был вызван пробуждением к ним интереса, признанием их самостоятельной и равноценной отраслью искусства. Порой эту идеалистическую концепцию пытаются прикрыть марксистской фразеологией, выводя этот интерес к рисунку из каких-то особых свойств идеологии или даже «сознания» человека индустриальной эпохи, апеллируя к уже упоминавшейся «демократичности» гравюры и книжной графики и т.д.,

и т.п. Между тем здесь, как всегда и везде, художественная идеология есть результат и санкционирование художественной практики. Не интерес к рисунку и не какие-то особые его идеологические свойства вызвали его появление на выставках наряду с живописью, а как раз наоборот: сам этот факт породил в потребителе интерес к рисунку и признание его самодовлеющего эстетического значения.

«

**Конкуренция также играла
свою роль в быстрой
смене художественных
направлений и манер,
равно как во всех
проявлениях
художественного эпатажа.**

»

Рост значения акварели, рисунка и графики обусловливался их товарной рентабельностью⁵⁵. Отсюда проистекало увлечение этими видами изображения на плоскости, а тем самым и мода на соответствующую технику выполнения. Интерес к технике рисунка и гравюры, стимулируя спецификацию, подчеркивание этой техники, приводил к ошибочному признанию ее особой системой приемов фиксации действительности. Между тем я уже отмечал, что развитие рисунка как одного из видов техники изобразительного искусства отнюдь не означало господства в живописи «рисунка» в стилистическом смысле этого понятия, т.е. системы линейно-объемной контурной трактовки внешнего мира. Таким образом, ясно, что выводить развитие рисунка из какой-либо идеологии и считать его обладающим какими-то особыми свойствами художественно-идеологического порядка (т.е. рассматривать рисунок как особую формально-стилистиче-

скую систему) не приходится. Наоборот, спецификация рисунка и выявление его технических средств (линия) как формальных приемов происходили как его станковизация, бывшая лишь частью общего развития мелкой станковой формы изобразительного искусства.

Рост и эволюция «живописности» были определены мною как эволюция и рост станковости. Рассматривая эту последнюю как переход от картины к эскизу и этюду, приходим к выводу, что рост «живописности» был не чем иным, как ростом «этюдности».

В самом деле, нетрудно видеть, что этюд и эскиз по самой природе своей всегда «живописнее», динамичнее и «оптичнее» законченной картины. В этом легко можно убедиться, сравнивая эскизы и этюды художников первой половины XIX века с теми картинами, для которых эти этюды и эскизы делались. Укажу для примера хотя бы эскизы К. Брюллова для «Гибели Помпеи» или для «Взятия Пскова» или этюды и эскизы А. Иванова к «Явлению Христа народу». Живопись А. Иванова — пример особенно типический и показательный. Здесь разница «живописности» эскизов и этюдов, с одной стороны, и «пластичности» больших картин, с другой, настолько разительна, что дала повод говорить о двух стилях, «двух сущностях», существовавших в А. Иванове. Если даже признать в этом долю истины, так как Иванова, художника переходной эпохи, пребывание за границей заставило во многом опередить своих собратьев, то все же остается характерным, что «живописность» ограничивается исключительно этюдами и эскизами. А. Иванов пишет «почти импрессионистические» этюды с натуры для того, чтобы потом совершенно «академически» трактовать пейзаж в большой картине. Можно смело утверждать, что «новый стиль» его эскизов к Библии присущ им исключительно в силу их эскизности. Если бы любой из них он превратил в картину — мы имели бы второе «Явление Христа народу». Что бы ни писалось об Иванове, весь метод его работы — типично академический, и здесь в силу специфических особенностей лишь наиболее ярко сказывается та разница первоначального этюда — эскиза и законченной картины, которая присуща всей вообще живописи академиков.

То же наблюдаем и позднее. Поскольку в жанровой живописи была разрушена и измельчена строгая система «пластической» живописи академизма, постольку теперь весь ход работы от эскиза к картине, взамен прежнего синтезирования и абстрагирования, превращался в простое выписывание, отделы-

вание, порою действительно засушивающее, мертвящее. Показательно сравнить, например, эскизный «Портрет Кулакова» Тропинина с его же законченными работами, этюды и картины Ф. Васильева или Перова, Савицкого или Ярошенко. Эскиз Перова «У схимника» очень колористичен, залит светом, трактован обобщенно динамично. Еще больше динамики находим в эскизе «Девочки с куклой» Ярошенко. Здесь прямо можно говорить о «мгновенности позы», точно так же как и об «общем тоне» серо-белой гаммы платья и ее отношения к серому фону. Натуралистически-иллюзионистическая (первая) стадия нашего стиля так относится к живописи первой половины века, как в пределах этой последней этюд и эскиз относятся к законченной картине. Это особенно ясно в акварели. Например, акварельный портрет работы М. Якунчиковой (Муз. икон. и жив.) можно сравнивать с первыми начальными стадиями акварелей П. Соколова. Акварель Якунчиковой разве еще только более набросочна, причем небрежность этой набросочности теснейшим образом связана с несколько большими размерами. Здесь ясна работа, проделанная стадией «больших полотен» с их декоративной и одновременно «панорамной» установкой. «Живописность» и динамика этой акварели есть результат динамической набросочной техники больших намытых плоскостей, часто налезавших краями одна на другую или оставляющих между собою белые места бумаги. Если взять акварели и масло В.А. Серова — единство стиля тех и других с особой ясностью обнаружит художественно-производственную сущность формально-стилистического строя. «Живописность» серовских портретов заключается в их набросочности.

Наиболее ясно художественно-производственное происхождение цветового пятна и широкого мазка. Именно они-то и образуют «живописность» эскизов как академических, так и более поздних. Это есть не что иное, как непосредственная работа краской и кистью, вне момента линейности и моделировки. Поэтому мазок здесь и «строит форму», но также поэтому он строит ее преимущественно в передаче складок одежд. В этюде и первоначальном эскизе обобщение форм вполне закономерно и естественно. Это обобщение плюс работа мазком вне момента линейности и моделировки и дают замену объема «живописной» массой (ср., напр., совершенно позднелевитановский прием заливки больших пятен-плоскостей в этюде лодок Ф. Васильева в Музее иконописи и живописи). Художник в эскизе и этюде, не применяя моделировки, не употребляет

и «земель» и не дает переходных полутонов. Здесь светотень передается как градация цвета-краски. Для эскиза характерен и принцип если не цветовой композиции, то, во всяком случае, цветовой конструкции (напр., эскиз к «Пугачеву» В. Перова). Такие вещи, как эскиз к «Речи Александра III к волостным старшинам» И.Е. Репина, с наглядностью показывают набросочный характер всей его поздней манеры широких мазков. Эскиз в его служебной роли пробы, примерок и прикидок всегда формалистичен по самой своей природе. И.С. Остроухов, сам один из первых художников нового стиля, собирал для своей коллекции почти исключительно эскизы и этюды, считая, что лишь в них русские художники были настоящими «живописцами».

Анализ процесса работы академиков помогает уяснить и иную сторону этюдности. Этот процесс заключался в обобщении, синтезировании и типизации непосредственных наблюдений, добытых в копировании натуры. В основе академической эстетики лежал эклектический принцип, согласно которому красота есть идеальное сочетание отдельных красивых частей несовершенных форм натуры. Это есть творчество совершенных ноуменов из несовершенных феноменов. А.А. Иванов для типа Христа соединяет черты античных статуй, итальянки-натурщицы и т.д. Он делает десятки этюдов деревьев и камней, чтобы дать в своей картине идеальный синтетический пейзаж. Путь от этюдов к картине был путем от непосредственного наблюдения, от мгновенно увиденного к абстрактной формуле, зрительной фикции. Это был путь от предмета как мы его видим в единичном восприятии к предмету, каким мы его знаем в результате суммирования результатов многократного зрительного опыта. В академизме хорошо ли, плохо ли, но абстрактный тип получался. Идеалистическая схематика соответствовала всей системе приемов, всей художественной идеологии официально-парадной, героически-наджизненной, нарочито пассаистической или легендарной (боги и герои) по своей тематике придворно-аристократической живописи. Но эта схематика уже мало годилась для натурализма, конкретной социальности, злободневной фабульности мелкобуржуазного жанра. Вот почему гораздо убедительнее и натуралистичнее при всей своей относительной «живописности» этюды с натуры Савицкого и Ярошенко по сравнению с их законченными картинами.

Отсюда ясно, что не сознательное стремление запечатлеть мир как он есть, схватить «жизненно-случайное» привело

к формальному строю этюдной «живописности». Скорее, наоборот, практика этюдности с присущей ей всегда живописностью и динамикой первого впечатления, с оптичностью этюдного натурализма была идеологически осознана как поиски правды «жизненно-случайного». Эта идеология была идейным осознанием, художественно-психологической канонизацией техники этюдности как специфической системы художественно-формальных приемов. Сама же канонизация, как указывалось, была санкционированием фактического положения вещей: этюд и набросок вытеснял законченную картину.

Новая живопись была динамической. Эта ее динамичность, разумеется, была связана с общей растущей динамикой общественной жизни. Динамичность эстетического сознания была лишь частным случаем общей динамичности психики социального человека, горожанина конца XIX — первой четверти XX века. Тем не менее было бы совершенной метафизической абстракцией, идеалистической тавтологией объяснять первое вторым, динамику живописи выводить из таких неопределенных понятий, как «динамичность сознания», «дух эпохи» и т.п. Эту динамику и ее природу в данном специфическом ее проявлении мы поймем лишь через анализ аппарата художественного производства и потребления эпохи. Художник, производитель на мелкий товарный рынок с его необычайной подвижностью, текучестью, быстрой сменой вкусов и симпатий, должен работать быстро и быстро реагировать на запросы рынка. Он производит чрезвычайно много, отсюда быстрота его техники и ее динамичность. Так же быстро протекает и процесс потребления. Картина экспонируется на выставке среди сотни других, зритель ее не рассматривает, а мельком окидывает взглядом. Мелкая товарная форма искусства динамична по своей производственной и потребительской природе. Вся эстетическая установка производителя и потребителя — установка на быстрый взгляд, на мгновенно увиденное.

Кроме того, следует иметь в виду, что динамика, движение в живописной его передаче есть одна из формально-стилистических категорий, связанная в своем проявлении и в характере этого проявления со всей эволюционирующей системой приемов.

Система приемов, раз получившая толчок в развитии этюдности, продолжает свою эволюцию дальше. Ее сущность — развитие до конца станковой тенденции. Объяснив социально-экономическую природу этой тенденции, тем самым объясняешь и социально-экономическую природу всего дальнейшего

го хода развития. Анализировать же детально все его частности значило бы лишь на новый лад повторять все то, что по этому поводу уже бы сказано в соответствующей главе. Это, конечно, отнюдь не потому, что якобы существуют в искусстве какие-то каузальные и имманентные ряды развития, а как раз в силу того, что так называемый имманентный ряд формальной эволюции есть специфическое выявление социально-экономической природы художественного производства в его стилистической сущности.

1. Исключение составляют разве только художественные отделы промышленных выставок (например, 1882 г. в Москве, 1896 г. в Нижнем Новгороде), на которых вместе с живописью экспонировалась скульптура, но в сравнительно небольшом количестве. По каталогу 1882 года на 669 номеров живописи, рисунка, гравюры и 64 номера скульптуры приходится всего 158 номеров архитектуры.

2. На выставках передвижников скульптура была всегда случайным и единичным явлением. Но и в 1900-х гг., несмотря на «возрождение» скульптуры, положение не меняется. Так, на выставке «Союза» 1905 года на 328 картин приходится 4 скульптуры, на выставке «Моск. т-ва» 1906 г. на 169 живописи — 3 скульптуры. К 1910 г. количество скульптурных работ на выставках абсолютно увеличивается, но при общем увеличении объемов выставок пропорции остаются те же. Так, напр., даже «рекордная» по количеству скульптуры выставка «Союз» 1913 г. дает нам — 14 скульптур на 473 живописные работы; «Моск. т-во художников» (на выставках которого скульпторы особенно охотно выставлялись) — 23 скульптуры на 385 живописи; что же касается «Мира искусства», то здесь и в 1913 г. — 4 скульптуры на 343 живописи. Самостоятельная выставка скульптур А.С. Голубкиной в 1915 году была одним из немногих, если не единственным исключением.

3. Вычислено по юбилейному справочнику Академии художеств 1914 г.

4. Характеристику экономики 1880—1910-х гг. см. в работах В.И. Ленина «Развитие капитализма в России», М.Н. Покровского «Русская история», т. IV, 7-е изд., ГИЗ, 1925, и «Очерки истории русской культуры», 4-е изд., ГИЗ, 1925; С. Пионт-

ковского «Очерки истории России в XIX—XX вв.», М., 1928, П. Берлина «Русская буржуазия в старое и новое время», 2-е изд., Л.-М., 1925, которыми я пользуюсь по преимуществу при дальнейшем изложении. Кроме того, статистические данные по экономике России в интересующую нас эпоху имеются в компилятивных работах: Н. Ванаг и С. Томсинский, «Экономическое развитие России со второй половины XIX в. до Февральской революции 1917 г.», Ростов/Д., 1925, И.А. Боргман и Б. Васильев, «Развитие хозяйства и общественных форм в России от эпохи зарождения торгового капитала по XX в.», Л., 1926, и др.

5. Синтетическая в смысле отсутствия в ее производстве разделения труда, если не считать изготовления холста и красок, которое в нашу эпоху в состав собственно художественного труда не входит. Холст и краска для современного живописца являются своего рода сырьем, процесс же выработки из этого «сырья» вещи, товара производится во всех его стадиях от начала до конца одним лицом.

6. «Буржуазия лишила обаяния все те почетные роды деятельности, на которые до сих пор смотрели с благоговейным трепетом. Врача и юриста, священника и поэта, человека науки она превратила в своих наемных работников. Буржуазия сорвала с семейных отношений их трогательно-семейный покров и превратила их в дело простого денежного расчета» (Гл. I. «Буржуа и пролетарии»).

.7. См. о последнем у Ленина: «Государство и революция», гл. об. гл. V «Экономические основы отмирания государства», §3, «Первая фаза коммунистического общества», и §4, «Высшая фаза коммунистического общества».

8. «Во второй четверти XIX века, особенно в середине сороковых годов, стала быстро развиваться и расти российская промышленность. В 1825 году число учтенных рабочих достигало 210 568 и было раскинуто на 5261 фабрике; к 1861 году число рабочих поднялось до 522 500, число фабрик — до 14 148. Быстрый рост российской промышленности за этот период сопровождался и ее технизацией — изменением структуры вложенного в нее капитала. Росла не только промышленность вообще, не только число фабрик и заводов — росло приме-

нение машин. Торговый капитал, переливаясь в промышленность, захватывал одну отрасль промышленности за другой, и сама структура капитала, вложенного в промышленность, начинала меняться» (С. Пионтковский, стр. 54).

9. «За вторую четверть XIX века население Петербурга выросло почти вдвое. В 1830 г. оно достигало 435 000, а в 1860 г. — 546 000. По подсчетам министерства внутренних дел, городское население в 1825 году составляло 3 521 042 чел., а в 1840 г. — 4 526 954. Городское население Европейской России, по данным сборника статистических сведений о России, изданного в 1851 году, составляло по отношению ко всему населению Европейской России 9,12%» (там же, стр. 58).

10., 11.

1) «Считая цены 20-х гг. за 100, мы получаем для последующих десятилетий следующие прогрессивные повышения:

десятилетия	пшеница	рожь
1831 — 40	113.84	115.70
1841 — 50	138.06	141.26
1851 — 60	174.14	190.13

Рост вывоза

трехлетие	тысячи четвертей
1848 — 50	3.896
1851 — 53	7.569
1857 — 59	8.780
1860 — 62	8.859
1863 — 65	8.708
1866 — 68	13.154

(М. Н. Покровский «Русская история», т. IV, стр. 51 и 99).

2) Добыча чугуна в 40-х гг. — 11 — 13 милл. пуд.
 50-х гг. — 12 — 16 " "
 60-х гг. — 13 — 18 " "
 (Ленин. «Разв. капит. в России», стр. 385.)

12. Дворянским привилегиям отводилось почетное место — рядом с кровной мезью и губными учреждениями: так думали в 1862 году, повторяем, не враги дворянства, а защитники его интересов. В это самое время более экспансивный и более искренний Иван Аксаков предлагал собравшемуся на выборы московскому дворянству «выразить правительству свое единодушное и решительное желание: чтобы дворянству было позволено, торжественно перед лицом всей России, совершить

великий акт уничтожения себя как сословия».

(М.Н. Покровский, там же, стр. 117).

13.

¹³ Суконное производство:

Годы	Число фабрик	Число рабочих	Ежегод. производ. в тыс. рублей
1860	432	94 721	26 204
1863	365	71 797	26 083

Выплавка чугуна:

1860 г. 20 468 т.п. 1861 г. 19 451 т.п. 1862 г. 15 268 т.п. 1869 г. 20 104 т.п.

(М.Н. Покровский, «Общая политика правительства с 1886—1892 г.», «Русск. история», изд. «Гранат», т. V, стр. 8).

14. «Если взять соотношение в английском хлебном ввозе русского и американского хлеба, то окажется, что в 1867 г. из всего ввезенного в Англию количества хлеба русский хлеб составлял 44%, а американский только 14%, а в 1874 г. русский хлеб составлял только 12%, а американский 55,4%. Американский хлеб вытесняет русскую пшеницу с английского рынка и гораздо медленнее с французского рынка. Российская пшеница в 1868—72 гг. на английском рынке составляла 25,2% всего ввезенного хлеба. В 1876—80 гг. она упала до 12,6%. На французском рынке российская пшеница в эти годы составляла 30,2% и к 1876—1880 гг. снизилась до 23,7%. Сельское хозяйство в середине семидесятых годов вступает в полосу кризиса» (Пионтковский, стр. 81). «В 1863—1867 гг. было продано 8 575 400 десятин земли. В 1878—1882 гг. площадь фигурирующей на рынке земли поднялась до 18 136 400 десятин» (Святославский, «Мобилизация земельной собственности в России», стр. 279). «Наряду с ростом количества продающейся земли росла и задолженность помещичьего землевладения после создания поземельного банка, а также сумма долга, падающая на дворянское землевладение. В 1870 г. количество заложенной частновладельческой земли равнялось 2 119 565 десятинам, т.е. составляло 2,2% всей площади частновладельческого землевладения. В 1880 году количество заложенной земли поднялось до 18 172 432 десятин, т.е. составляло уже 20,1% всей частновладельческой площади» (Пионтковский, стр. 83).

В 1885 году основан дворянский поземельный банк, все время снижавший проценты за ссуды. Дворянство (мелкое) все больше становилось государственным пенсионером как «охра-

нитель устоев». В рескрипте об учреждении дворянского банка так и писалось о цели его основания: «Дабы дворяне тем более привлекались к постоянному пребыванию в своих поместьях, где предстоит им преимущественно приложить свои силы к деятельности, требуемой от них долгом их звания» («Ист. России в XIX веке», т. V, стр. 52).

15. (М.Н. Покровский, «Русск. история», т. V, стр. 235)

Годы	Количество вывезенного хлопка	Количество выплавленн. чугуна в тыс. пуд.
1881	9.076	28.662
1882	7.755	28.237
1883	8.949	29.407
1884	7.373	31.106
1885	7.574	32.206

16. В 1882 г. издаются новые правила о печати, а затем каталог книг, запрещенных к выдаче из публичных библиотек и читален; в 1884 г. — новый университетский устав, фактически уничтоживший автономию и выборность университетов и отдававший их во власть попечителей учебных округов. Оба этих закона, как и знаменитый циркуляр министра народного просвещения Делянова «о кухаркином сыне» («не принимать в гимназии детей кучеров, лакеев, прачек, мелких лавочников и тому подобных людей, за исключением разве детей одаренных необыкновенными способностями, т.к. указанных категорий детей не следует выводить из среды, к которой они принадлежат»), были осуществлением намерений еще «Особого совещания» 1879 г. и таким образом вовсе не были вызваны актом цареубийства, как справедливо указывает М.Н. Покровский. 80-е годы логически продолжали ту политику зажима,

которая обозначилась еще в 70-е гг. Наконец, закон о земских начальниках 1889 г. и земское положение 1890 г., заменявшее прежний земельный ценз цензом сословным, были «одним из самых ярких признаков ликвидации буржуазной монархии» (Покровский, стр. 238).

17. «История России в XIX в.», изд. «Гранат», т. VI, гл. IX. «Госуд. хозяйство России с конца 60-х до нач. 90-х гг.».

18. «...выкупные платежи вливались широкой рекой в русскую торгово-промышленную жизнь, вызывая лихорадку учредительства, железнодорожного строительства, банковского грондерства» (П. Берлин, стр. 118). Вот табличка, рисующая темп развития русской железнодорожной сети:

(Лященко, «Очерки аграрной революции в России», т. I, 1923, стр. 135).

Годы	Открыто верст железных дорог
1861—65	2.055
1866—70	6.659
1871—75	7.424
1876—80	4.529

«Министерство путей сообщения, — пишет князь В. Мещерский об этом времени, — в начале 70-х гг. представляло главный пункт, где тогда сосредоточивалась вся вакханалия железнодорожной горячки во всем ее разгаре. Тогда уже произносились имена железнодорожных Монтекристо, вчера нищих, а сегодня миллионеров. Никто не мог понять, почему такие люди, как Мекк, Дервиз, Губонин, Башмаков и прочие, которые не имели, во-первых, ни гроша денег, а во-вторых, никаких инженерных познаний, брались за концессии как ни в чем не бывало и в два-три года делались миллионерами. Средним числом концессии выдавались по такой цене за версту, что в карман входило до 50 тысяч с версты. А 500—600 верст концессии составляли капиталы в 25—30 миллионов рублей» (П. Берлин,

стр. 118).

В области промышленности господствовали высокие заградительные пошлины, делавшие русского промышленника-текстильщика или железозаводчика монополистом на внутреннем рынке.

19. Александр III покупает у Семирадского его «Фрину на празднике Посейдона» за 35 000 руб. Эти расценки, разумеется, не есть расценки настоящего товарного рынка, а расценки типично меценатские.

1) Вот некоторые из расценок Третьякова за большие произведения

Нестеров—«Видение отрока Варфоломея»	— 2.000 руб.
Шишкин—«Медведи»	— 4.000 „
Куинджи—«Украинская Ночь»	— 2.500 „
Крамской—«Христос»	— 6.000 „
„ — «Неутешное горе»	— 3.000 „
Васнецов — «Побойще»	— 7.000 „
Ярошенко—«Заключенный»	— 8.000 „
Перов — «Никита Пустосвят»	— 8.000 „
Суриков — «Утро стрелецкой казни»	— 8.000 „
„ — «Боярыня Морозова»	— 15.000 „
Репин — «Крестный ход»	— 10.000 „
„ — «Иван Грозный и сын»	— 15.000 „

20. П.А. Берлин. Русская буржуазия в старое и новое время. 2-е изд. — Л.-М., 1925, стр. 112.

21. «Родоначальниками крупнейших московских богачей были крестьяне, которые, еще будучи крепостными, сумели создать крупные состояния и предприятия. Основатель одной из крупнейших шелковых фабрик, Кондрашев, был крепостным помещика Бибикова. Вплоть до освобождения крестьян он оставался крепостным, успев создать крупное фабричное дело. Основатель известной фабрики стальных ножей Кондратов был крепостным кн. Голицына. Начало фабрике ножей Завьялова кладет крепостной гр. Шереметева. Фабрикант ситцев Гучков и табачный фабрикант Жуков были крепостными. Родоначальником знаменитой династии богачей Морозовых был Савва Морозов, крепостной помещика Рюмина, выкупившийся в 1820 году на волю за 17 000 рублей. Бурылины, Дербелевы, Гореловы, Морозовы, Гучковы, Каретниковы, Коноваловы, Ямановские, Грачевы и т.д. — все они были крепостными,

и каждый из них сыграл крупную роль в истории русской промышленности и положил начало видному торгово-промышленному роду» (Берлин, стр. 185). Характеристику быта дореформ. купечества см. в статье Н. Василича «Москва 1850—1910 гг.» («Москва в ее прошлом и настоящем»).

22. Этот процесс европеизации русской буржуазии нашел отражение и в нашей художественной литературе, напр., у Боборыкина в «Китай-Городе», у Горького в «Деле Артамоновых» и др.

23. «Московские ведомости», «Русский курьер», «Промышленный вестник»; знаменитый химик Менделеев является идеологом насаждения в России крупной промышленности.

24. См.: Берлин, стр. 137. В 1889 г., когда фирма «Брокер» праздновала свой 25-летний юбилей, владелец фирмы получил поздравление от московского генерал-губернатора князя Долгорукова (см. «Золотой юбилей т-ва Брокер и Ко», стр. 90).

25. М. Приселков, «Купеческий бытовой портрет XVIII—XIX вв.», Л., 1925.

26. «Крупное землевладение в черноземной полосе оказывалось наиболее буржуазным; наблюдение, важность которого мы оценим, если вспомним, что большая часть дворянской земли была в руках крупных собственников. По данным середины 70-х гг. только 1/14 дворянской земли принадлежала помещикам, имевшим менее 100 десятин на черноземе и менее 500 десятин в нечерноземной полосе, т.е. «мелкопоместным» <...> победа феодальной системы (в освобождении крестьян. — Ф.-Д.) вовсе не выражала еще собой победы феодального типа хозяйства, напротив, феодалы скорее приспособились к буржуазной обстановке, чем мелкие землевладельцы» (М.Н. Покровский, стр. 104—106).

27. Об этом картинно повествует нам С. Атава в своем «Оскудении». Представители аристократии привлекались в акционерные и концессионные общества для того, чтобы своими личными связями помогать получению наибольших льгот и выгод от правительства. Это было естественным следствием всеобщей системы взяточничества и казнокрадства, которые, в свою очередь, обуславливались устарелостью государственного

феодално-бюрократического аппарата (см. об этом у Берлина, гл. «Правительство и буржуазия», «Правительство и частные богатства»).

М.Н. Покровский пишет: «В числе “учредителей” — номинальных, само собой разумеется, — этих неудавшихся железнодорожных компаний мы встречаем графов Ржевусских, Лубенских, Броницких, Адлербергов, Ланских, Строгановых, Толстых, Мусиных-Пушкиных, Барановых, Апраксиных, Голенищевых-Кутузовых, Воронцовых-Дашковых, шталмейстера Нарышкина, гофмейстера Абазу и даже генерал-адъютанта Тотлебена с принцем Ольденбургским» («Общая политика правительства», стр. 9).

28. См.: А.В. Прахов, «Император Александр III как деятель русского художественного просвещения» («Художеств. сокровища России», год III, № 4—8).

29. «...отношение правительства и туземных капиталистов было в России диаметрально противоположным тому, какое установилось, например, с XVII века в Англии. Там буржуазия держала в руках кошельки правительства, у нас последнее держало в руках кошельки буржуазии» (Покровский, стр. 289).

30. Ленин писал о революции 1905 года в одной из статей: «Революция будет буржуазной. Да, она не будет социалистической; она не может сразу уничтожить капитал, частную собственность на орудия производства. Но революция может быть и должна быть демократической. Она должна дойти до конца, но конец — высший предел буржуазной революции — есть в то же время начало революции социалистической, ибо она создает все те предпосылки дальнейшей победоносной борьбы пролетариата, требования которых мы выставили в нашей программе-минимум» (цитирую по Пионтковскому, стр. 163).

31. Меценатство, особенно в виде постройки больниц и ночлежных домов (см. об этом «Москва в ее прошлом и настоящем», вып. XI, стр. 23), было в руках буржуазии одним из средств привлечения на свою сторону городского мещанства и наиболее отсталых слоев рабочего класса. Политически инертная, буржуазия в известные периоды все-таки становилась в оппозицию правительству, если оно недостаточно соблюдало ее экономические интересы. Имела место и борьба

различных слоев буржуазии между собой, как, например, борьба отсталой московской буржуазии с более передовой петербургской из-за фабричного инспектората и сокращения рабочего дня. В этой борьбе буржуазия искала и находила того сторонника, симпатии которого она завоевывала, между прочим, своими «благоденствиями» или своими пышными жемами эстетического меценатства.

Результаты этого сказывались неоднократно. Так, например, в 1900-х годах, когда в связи с оппозиционным настроением крупной буржуазии в мещанской среде Москвы ходили легенды о Н.А. Алексееве, С.Т. Морозове и Г. Г. Солдатенкове как о жертвах правительственного и дворянского стремления «затереть купца, оставить его без прав» (см. у Г. Василича «Москва в ее прошлом и настоящем» в т. XI, стр. 23—24). Личность купца-благотворителя часто становилась совершенно апокрифической, становясь в глухой провинции достоянием фольклора. Яркий образчик находим в книге М. Азадковского «Беседы собирателя» (Иркутск, 1924 г.): «Приведу рассказ о происхождении германской войны, слышанный и записанный мною летом 1915 г. на реке Лене. “Во время войны с японцами Савва Морозов пожертвовал миллион аршин полотна на солдат. Пожертвовал он их великому князю. Вот сколько-то времени прошло, заходит Морозов в лавку купить там что-то и видит — его полотно продают. Значит, смошенничали. Он возьми да и скажи об этом великому князю. Тот в обиду пришел. Велит арестовать за эти слова Савву Морозова. Как его арестовали, тут заводы остановились, работы нету — что тут будешь делать. Устроили рабочие забастовку и пошли к царю просить, чтобы Савву Морозова освободили. А царь их всех перестрелял. 9-го января это было. А Вильгельм в ту пору над нашими и посмеялся: вот, мол, как с японцами воевать не сумели, а над своими расправились. Наши с той поры и затаили злобу на Вильгельма — вот и стала война”» (стр. 39—40).

32. См.: П. Берлин, стр. 191 и 206.

33. В этом не окажется ничего удивительного, если припомнить, что за свои сословные привилегии держалось то мелкое дворянство, которое не могло конкурировать с буржуазными порядками. Именно для этого дворянства были созданы институт земских начальников и замена земельного ценза сословным в земском положении 1890 года. Но это мелкое дво-

рянство, бывшее главным носителем феодальной идеологии, не имело влияния и не было связано с развитием искусства 80—90-х годов. Высшая же знать и чиновничество, экономически обуржуазившиеся, далеко уже не столь дорожили своими феодальными идеалами и не особенно искали их в искусстве.

34. Эту картину наблюдаем почти в течение всего стиля. За исключением одного разве «Мира искусства», все остальные художественные течения в своем возникновении связаны с Москвою, будь то первые натуралистические шаги стиля в 80—90-х гг., импрессионизм «Голубой розы» или, наконец, первые выступления кубизма и футуризма, как, например, «Бубновый валет», «Ослиный хвост», «Мишень» и т.п. Соперничество более чиновного и чопорного Ленинграда с провинциальной, купечески-размашистой и, несмотря на свою «азиатщину», гораздо более передовой в области идеологии Москвой общеизвестно. В частности, оно отражается и в том снисходительно-презрительном тоне, с каким в «аристократическом» «Аполлоне» отзывались о «купеческом» «Золотом руне».

35. В этом отношении он не был, конечно, исключением. Купеческое меценатство и коллекционерство сверх всего имело и непосредственную экономическую сторону, являясь в своем роде вложением капитала. Любопытные черты классовой психологии купеческого собирательства дают нам записки А.П. Бахрушина (из записной книжки А.П. Бахрушина «Кто что собирает», М., 1916).

Врубель сказал однажды одному из своих друзей по адресу одного известного московского богача-коллекционера: «Вы думаете, что он меня любит как художника? Как же! Он рассчитывает, когда умру, на мне заработать» (см.: «Искусство», Киев, 1911, № 1, стр. 49).

36. См., например, переписку между Крамским и Третьяковым по поводу написания портрета Л.Н. Толстого для Третьяковского собрания.

37. См.: Ростиславов, «А.П. Рябушкин», стр. 15. «Кто бывал на выставках при жизни Третьякова, тот помнит, с каким волнением он искал по залам незабываемые ярлыки с магическими словами “приобретено П.М. Третьяковым”. Никакие позднейшие ярлыки всевозможных “комиссий” и “советов”

не имели уже ни прежнего смысла, ни прежнего обаяния. Если к художнику приезжал “сам Третьяков”, это бывало событием, освещавшим на долгие годы унылые будни его трудовой жизни». И. Грабарь, «Каталог выставки в память 25-летия смерти П.М. Третьякова», М., 1923 г.

38. Основные экономические и психологические причины разрыва Куинджи с Товариществом в 80-м году совершенно правильно уже тогда уловил Крамской, писавший по этому поводу Третьякову: «Бог с ним, с Куинджи. Пусть прославляется. Для меня давно вещь решенная, что все выходящие из ряда вон люди не социальны... Обыкновенные смертные нуждаются друг в друге, а не силачи...» (Неведомский и Репин, «А.И. Куинджи», стр. 58).

39. Характерна эволюция цен, которые платил за картины Третьяков. В 60—70-х гг. он придерживается еще общих цен товарного рынка. «Невеста» Капкова куплена за 500 р., «Вдовушка» Федотова за 300 р., «Торг» Неврева за 200 р. Высшие оценки не превышают 1000 рублей («Крестный ход» Перова, один из пейзажей Васильева). К концу 70-х, в 80-х и 90-х гг. цены начинают расти и притом прямо пропорционально размерам картин.

За небольшие пейзажи Шишкина Третьяков платил 1000 р. в среднем. «Медведи» уже стоят 4000 р., «Грачи прилетели» Саврасова оценены в 600 р., а «Украинская ночь» Куинджи — уже в 2500 р., «Омут» Левитана — 2000 р. Средние цены жанра с 300—500 р. («Порожняки» Прянишникова — 500 р. «Церковный староста» — 400 р.) поднимаются до 900 р. за «Земство обедает» Мясоедова, 2000 р. за «Семейный раздел» и 3000 р. за «Колдун на свадьбе» Максимова; о расценках более высоких я уже упоминал выше.

40. Напр., К. Маковский, получив заказ на панно для особняка бар. Дервиза в 1888 г., едет писать их в Париж.

41. «Христос» Крамского оценен им в 6000 руб., а «Неутешное горе» в 3000 руб., «Русалки» еще того меньше — 2000 руб. За большие жанры Перов получал по 2000 руб. максимум («Птицелов»), за «Никиту Пустосвята» — 8000 р. и т.д., и т.д.

42. См. об этом у М.Н. Покровского («Русская история», т. IV, стр. 281) и у П. Берлина (стр. 132—133).

43. В 1888 году русскими мануфактурами было переработано 8 362 000 пудов хлопка; в 1898 г. — 16 803 000 пудов; в первом году русскими заводами было выплавлено 40 716 000 пудов чугуна; в 1898 г. выплавка дошла до 139 636 000 пудов, в 1900 г. последняя цифра поднялась до 177,14 млн. «В то время как Франция увеличила свою выплавку чугуна за 1890—1900 гг. на 58%, Великобритания на 13%, С. Штаты на 76%, Германия на 61%, в России она возросла на 220%» (Покровский, «Русская история», т. IV, стр. 219).

Добыча угля в России в сравнении с мировой добычей за время 1890—1899 гг.

Англия — с 11 260 милл. п. до 13 645 милл. п., или на 22%

С. Штаты — с 8 639 милл. п. до 13 946 милл. п., или на 62%

Германия — с 5 447 милл. п. до 8292 милл. п., или на 52%

Франция — с 1 591 милл. п. до 2010 милл. п., или на 26%

Австро-Венгрия — с 1 678 милл. п. до 2200 милл. п., или на 31%

Бельгия — с 1 242 милл. п. до 1338 милл. п., или на 8%

Россия — с 367 милл. п. до 849 милл. п., или на 131% (Ванаг

и Томсинский, «Экономическое развитие России», стр. 85)

«В продолжение 7 лет (написано в 1900 г. — М.П.) наша железнодорожная сеть выросла более чем наполовину. Ни в одной стране в период самого оживленного железнодорожного строительства постройка дорог не шла так энергично. Так, за последнее пятилетие средняя длина ежегодно открываемых железных дорог в России составляла 2812 верст, а в Германии в период железнодорожной горячки 1870—1880 г. открывалось средним числом 1796 километров, во Франции за то же время 873 км, в Англии за 1840—1850 гг. — 937 км и т.д. Еще недавно наша железнодорожная сеть уступала по протяжению французской и английской, не говоря уже об американской и немецкой. Теперь же наша сеть уступает только американской. Железнодорожная горячка 90-х гг. была гораздо интенсивнее той, которую переживала Россия в 60—70-х гг.: тогда рекордным годом был 1870-й, в течение которого было открыто 2960 верст новых линий, а в 1899 г., например, было открыто 4692 версты» (Покровский, стр. 282—283).

44. «Итак, процент городского населения постоянно возрастает, т.е. происходит отвлечение населения от земледелия к торгово-промышленным занятиям. Города растут вдвое быстрее, чем остальное население: с 1863 по 1897 г. все население уве-

личилось на 53,3%, сельское на 48,5%, а городское на 97%. За 11 лет (1885—1897) минимальный прилив сельского населения в города был определен Г.В. Михайловским в 2½ миллиона человек, т.е. более чем на 20 000 чел. в год. Население городов, представляющих собой крупнейшие индустриальные и торговые центры, растет гораздо быстрее, чем население городов вообще» (В.И. Ленин, «Развитие капитализма в России», стр. 444—445).

«Рост городского населения происходил не только путем развития старых, но также благодаря возникновению новых городских поселений. Ростов-на-Дону, в еще большей мере Екатеринослав, не говоря уже о Лодзи, — вот наиболее яркие примеры той почти сказочной быстроты, с которой совершалось превращение ничтожных провинциальных городишек в огромные, многолюдные торгово-промышленные центры» (Г.И. Шрейдер, «Городская контрреформа 11 июня 1892 года»; Гранат, «История России XIX в.», стр. 181—182).

45. Данные об этом кризисе см.: Ванаг и Томсинский, «Эконом. развитие России», отдел «Промышленный кризис конца XIX и начала XX века», а данные по новому подъему 1910-х гг. см. там же на стр. 240—260. Эволюция экономики России с наглядностью рисуется помещаемой здесь диаграммой, заимствованной мною из книги Боргмана и Васильева «Развитие хозяйственных и общественных форм России».

46. В.И. Ленин, «Детская болезнь левизны в коммунизме», соч. т. XXV, стр. 176.

47. «Вместо недавних нескольких сотен холстов их экспонируется теперь до четырех тысяч (так что в общей сложности наши выставки равны парижскому Салону). Давно ли было время, когда две-три картинные выставки были не только обыденны, достаточны, чего доброго, пожалуй, обременительны, а теперь, не угодно ли, за прошедший сезон 1897—1898 года выставок было 16, да плюс открытие нового художественного музея, и везде есть публика и в достаточном количестве; цифры платных посетителей вместо былых 6—10 тысяч достигают до 30 тысяч, не считая бесплатных и учащихся» («Наши художественные дела», «Искусство и худ. промысл.», 1898, стр. 119).

48. На выставке печатного дела в Москве в 1882 году было 83

экспонента, на такой же выставке в Ленинграде в 1895 году — 577 экспонентов.

Издание книг по искусству.	
Пятилетия	Вышло названий
1861—65.	35
1866—70.	25
1871—75.	37
1876—80.	30
1881—85.	53
1886—90.	71
1891—95.	93
1896—1900.	98
1901—905	154
1906—910	126
1911—1915.	480

Составлено по: Н. Лаврский, «Указатель книг и статей по вопросам искусства», М., 1919 — справочнику весьма несовершенному. Поэтому цифры неполные и не совсем точные, что, однако, не мешает им быть весьма показательными.

49. До 80-х годов говорить о русских журналах по искусству вообще не приходится, если не считать недолговечных «Журнала изящных искусств» 1823—1825 гг. или «Памятника искусства и вспомогательных знаний» 1871 г. Зато с 80-х гг. начинается все больший рост журналов, сначала еще очень скромных и провинциальных вроде «Артиста» 1889—1894 гг. или казенно-академических вроде «Вестника изящных искусств» 1883—1890 гг. «Мир искусства» в конце 90-х годов открывает уже серию журналов нового типа. Вот их неполный перечень: «Мир искусства» 1899—1904 гг., «Архитектурный вестник» 1902 г., «Неделя строителя» 1899—1900 гг., «Московский архитектурный», «Мир», «Записки Моск. архит. о-ва» 1905 г., «Дневник Моск. архит. о-ва» 1895 г., «Мой журнал», вып. 1—18 за 1913 г., «Золотое руно» 1906—1909 гг., «Искусство и художественная промышленность» 1899—1901 гг., «Весы» 1904—1905 гг., «Искусство» (вышло в 1905 г. в Москве всего лишь семь выпусков), «Художественно-педагогический журнал», «Вестник рисования» 1901—1902 гг., «В мире искусства», Киев, 1907—1909 гг., «Искусство и печатное дело», Киев, 1910 г., «Искусство в Южной России», Киев, 1912—1914 гг., «Свободные искусства», 1910 г. В 1901—1906 гг. вышло два тома «Художественные

сокровища России». «Аполлон» 1909—1917 гг., «Старые годы» 1907—1916 гг., «София» 1914 г. (шесть номеров), «Баян» 1914 г. (вышло 10 номеров), «Столица и усадьба» 1914—1918 гг., «Светильник» 1913—1914 гг., «Вестник О-ва преподавателей графических искусств», М., 1907—1916 гг., «Наша старина», П., 1914 г., «Временник», вып. I, изд. Северного кружка любителей изящн. искусств в Вологде, «Млечный путь», М., 1914 г. (вышло пять номеров), «Путь освобождения», М., 1917 г., № 1—3, «Журнал редкостей», П., 1911 г., 1—2 кн.

50. «...население увеличивалось с восьмидесятых годов неизмеримо быстро, квартир не хватало, началась горячка домостроительства, и стоимость земли сильно вздорожала. Еще в семидесятых годах можно было приобретать участки земли на главных улицах по рублю, по два за квадратную сажень, даже в 1886 г. управление юго-западных ж.д. приобрело в лучшей части города (угол Театральной и Фундуклеевской) большой участок земли для постройки собственного здания, уплатив по 25 рублей за кв. сажень, а в настоящее время кв. сажень земли ценится не ниже 400 р.» (Киев в 80-х гг. Воспоминания старожила. — Киев, 1910, стр. 10).

51. См., напр.: А. Бенуа. Возникновение «Мира искусства». — Л., 1925.

52. Просматривая цены, которые в 1900-х гг. платит Совет Третьяковской галереи, наблюдаем резкое снижение против оценок Третьякова в 80—90-х гг. Если вычесть единичные случаи, когда гонорар определяется особо крупным именем (например, «Пан» Врубеля — 5000 р.), — общий уровень цен как бы возвращает нас к 50—60-м гг., как и камерность размеров.

А. Бенуа «В Петергофе»	— 150 р.
Архипов «Прачки»	— 1750 р.
Сомов «Дама в голубом»	— 2500 р.
Грабарь «Февральская лазурь»	— 900 р.
Коровин «Парижский бульвар»	— 500 р.
Лансере «Елизавета Петровна в Царском Селе»	— 500 р.
Юон «У берега»	— 600 р.
Средин «Полотняный завод»	— 350 р.
Петров «Из прошлого»	— 300 р.
Рерих «Красные паруса»	— 500 р.
Серов «Петр I»	— 1000 р.
Сапунов «Гортензия»	— 500 р.
Тархов «Козы»	— 400 р.
Машков «Натюрморт»	— 300 р.

53. Сказанное о живописи целиком применимо и к скульптуре. Тенденция станковизма проявлялась в скульптуре как господство комнатной, мелкой камерной формы. Дальнейшее развитие этой тенденции и здесь приводило к господству этюдности. Скульптура, например, П. Трубецкого, А.С. Голубкиной, Н.А. Андреева и др. этюдна в той же мере, как и живопись А.Н. Бенуа, К.А. Коровина, И.Э. Грабаря, Тархова, В.Е. Борисова-Мусатова и др. (См. также выше в главе III анализ «Паганини» С.Т. Коненкова.)

54. См. об этом в статье В.Я. Адарюкова об И.Н. Павлове в сб. «Мастера современной гравюры и графики», М., 1928.

55. На VII акварельной выставке 1887 г. из 210 выставленных произведений было продано 105 на сумму 3820 р.; на VIII выставке продано на 4500 руб.

Относительно материального успеха VII акварельной выставки обозреватель пишет:

«Если кроме вышеприведенных цифр принять в соображение, что некоторые из выставленных произведений были или исполнены по заказам и потому не продавались, или же были проданы художниками ранее, то следует признать, что выставка имела блестящий успех, и нельзя не видеть того отрадного факта, что вкус к акварельной живописи постепенно возрастает в нашей публике» («Худ. новости», 1887 г., стр. 266).

Этот материальный успех сразу станет понятен, если мы обратим внимание на цены.

Каразина	25 работ	— 782 р.
А. Бенуа	21 работа	— 1069 р.
Поленовой	14 работ	— 195 р.
Лыткина	12 работ	— 195 р.
Премацци	6 работ	— 545 р.
Боброва	5 работ	— 330 р.
Стефан	5 работ	— 100 р.
Гис	4 работы	— 80 р.
М. Виллие	3 работы	— 190 р.
Кочетовой	3 работы	— 75 р.
Космокова	2 работы	— 50 р.
Зимина	1 работа	— 50 р.
Ладыженского	1 работа	— 40 р.
А. Соколова	1 работа	— 100 р.
Эндогуровой	1 работа	— 20 р.

Перед нами самый настоящий мелкий товарный рынок.

Добрая воля



Открытие выставки «Норильский комбинат. 8 десятилетий» в Мультимедиа Арт Музее © Таймырский телеграф

Как верхушка российского бизнеса понимает благотворительность. В цифрах

В апреле 2012 года президент Владимир Путин вручил почетные грамоты миллиардерам Году Нисанову (группа компаний «Киевская площадь», горский еврей из Азербайджана), Самвелу Карапетяну («Ташир», армянин) и Зиявудину Магомедову («Группа Сумма», дагестанец). Эти исповедующие разные религии бизнесмены, чье совокупное состояние превышает \$5 млрд, «внесли большой вклад в реализацию мероприятий по восстановлению Кронштадтского Морского собора во имя Святителя Николая Чудотворца», за что и получили награды из рук президента.

Нисанов — крупнейший владелец коммерческой недвижимости в Москве, ему принадлежат всегда заполненный покупателями торговый центр «Европейский» у площади Киевского вокзала, гостиница *Radisson Royal* («Украина») на Кутузовском

проспекте и многие другие знаковые объекты. Холдинг «Ташир» Самвела Карапетяна занимается девелопментом, строительством, владеет торговыми центрами «РИО», поставяет оборудование «Газпрому» и не последний игрок в энергетике, совокупный годовой оборот его компаний превышает 165 млрд рублей. Зиявудин Магомедов с братом владеют несколькими крупными портами, рыночная капитализация их компании *FESCO* составляет \$145 млн. На восстановление собора ушло чуть больше 6 млрд рублей (порядка \$20 млн по курсу того времени), при этом много денег было выделено из бюджета и принесено частными благотворителями. И все же вклад трех бизнесменов был оценен высоко.



Нет ни одного миллиардера, входящего в список *Forbes*, который в той или иной степени не занимался бы благотворительностью. Бизнесмены помогают детским домам, больницам, церквям, школам. Многие собирают и выставляют на всеобщее обозрение произведения искусства, поддерживают художников, музыкантов, издают книги. Четко сложившихся правил, зрелой культуры и даже индустрии благотворительной деятельности, которая давно существует на Западе, в России всего за 25 лет после конца СССР сложиться не могло. Однако похоже, что российские миллиардеры в первом поколении

тоже чувствуют долг перед обществом и исполняют эти обязанности пусть менее технично, зато подчас более рьяно, чем их западные соратники.

Как человек, сколотивший состояние в эпоху первоначального накопления капитала, приходит к благотворительности? Есть несколько основных путей. Во-первых, к коммерсантам, чей бизнес становится чуть более заметным на фоне других

«

Многим благотворительные проекты достаются вместе с приватизированными или купленными градообразующими предприятиями.

»

таких же бизнесов в их городе или районе, начинают приходиться за помощью незащищенные слои населения: люди, которым не хватает денег на операцию, содержатели приютов для животных, директора детских домов или музыкальных школ. Например, миллиардер Александр Светаков однажды принял у себя директора интерната для детей с ограниченными умственными возможностями. Светаков откликнулся на просьбу о помощи и подарил интернату много компьютерной и оргтехники, но когда заехал проведать, увидел, что в капитальном ремонте нуждается само здание. С тех пор владелец группы «Абсолют», которого кое-кто считает успешным и безжалостным рейдером, выделяет деньги на регулярной основе и создал фонд «Абсолют-помощь», который возглавил тот самый директор интерната.

Во-вторых, многим благотворительные проекты достаются вместе с приватизированными или купленными градообразующими предприятиями. Содержание больниц, поддержка школ и домов культуры, детских лагерей отдыха из социальной

нагрузки на компанию становятся личным проектом владельца. В-третьих, очень часто бизнесмены расстаются с деньгами «по звонку» — когда профинансировать реставрацию музея или храма просит губернатор, другой сановник вплоть до президента. Частный случай этих двух видов благотворительности, доведенной до абсурда, — восемь лет Романа Абрамовича в качестве губернатора Чукотки. Очень часто благотворительными проектами занимаются члены семей бизнесменов: журнал Forbes нашел минимум 12 примеров, когда жены или дочери миллиардеров из списка не просто номинально возглавляют благотворительные фонды, но активно работают в них. Например, основательница фонда поддержки современного искусства «Винзавод» и супруга Романа Троценко Софья — профессиональный менеджер в сфере культуры.

Наконец, личные пристрастия и запросы в сфере прекрасного часто побуждают бизнесменов собирать коллекции произведений искусства, а потом выставлять их на всеобщее обозрение, создавая собственные картинные галереи или библиотеки.



Не десятина

Насколько щедры российские благотворители? Точно ответить на этот вопрос очень сложно. Количество денег, раздаваемых каждым миллиардером просто так, разовыми суммами, не поддается учету. Благотворительные организации, которые новые русские меценаты и филантропы стали создавать в XXI веке, далеко не всегда публикуют корректную отчетность хотя бы по российским стандартам бухгалтерского учета. Однако крупные фонды, созданные богатейшими людьми страны, тя-

готовят к прозрачности и выкладывают у себя на сайтах цифры расходов за год.

Акционер «Норильского никеля» Владимир Потанин в советское время построил успешную карьеру в системе внешней торговли, а в 1990-е выступил идеологом системы приватизации крупных промышленных предприятий через механизм залоговых аукционов. В 1996—1997 годах Потанин был первым вице-премьером правительства России, в тот же период созданная им и Михаилом Прохоровым группа «Онэксим» консолидировала контрольный пакет «Норильского никеля». Этот крупнейший в мире производитель никеля и палладия приносит

«

**Именно Потанина
СМИ называли истинным
автором идеи провести
в Сочи зимнюю Олимпиаду
2014 года, которая
никогда уже не будет
вспоминаться отдельно
от аннексии Крыма.**

»

больше \$1 млрд чистой прибыли ежегодно, Потанин и по сей день остается крупным акционером комбината. Со своим партнером Михаилом Прохоровым он поссорился и разделил активы; некоторые считают, что поводом послужил скандал в Куршевеле. Именно Потанина СМИ называли истинным автором идеи провести в Сочи зимнюю Олимпиаду 2014 года, которая никогда уже не будет вспоминаться отдельно от аннексии Крыма.

Потанин зарегистрировал свой благотворительный фонд

одним из первых среди российских миллиардеров, еще в 1999 году. Что декларируется как основная цель? «Содействие развитию благотворительности в России, формирование общественной среды, где ценностями являются творчество, профессионализм и добровольческая активность» — сказано на сайте фонда. Развитие филантропии — отдельное направление деятельности, благотворитель желает воспитывать благотворителей, так как «сильная и развитая некоммерческая сфера является неременным условием стабильного социального развития». Например, с 2007 года Потанин финансирует программу «Целевые капиталы»: выдает суммы денег некоммерческим организациям с тем, чтобы они научились позже изыскивать средства другими способами. Кроме этого фонд Потанина поддерживает несколько партнерских программ с российскими музеями: например, в конкурсе «Музей.Диалог» участвуют 359 таких организаций.



Геннадий Тимченко — не просто друг Владимира Путина, но и один из немногих его приятелей, кто более-менее занимался коммерцией и до 2000 года. Тогда он и его партнеры управляли Киришским нефтеперерабатывающим заводом и помогали экспортировать нефть и нефтепродукты «Сургутнефтегаза». После прихода к власти Владимира Путина принадлежащий Тимченко нефтетрейдер *Gunvor* стал крупнейшим игроком на этом рынке — по некоторым оценкам, через него проходило до 30% всего российского нефтяного экспорта. Кроме того, компания Тимченко «Стройтрансгаз» стала одним из крупнейших строительных подрядчиков «Газпрома». Буквально за месяц до того, как попасть в санкционный список США, Тимченко

продал свою долю в *Gunvor* партнеру.

Свой благотворительный фонд «Ладога» Тимченко основал в 2010 году. Среди приоритетов фонда — активное долголетие и детский спорт, помощь приемным детям и «развитие регионов России средствами культуры». Один из знаковых проектов по направлению культуры — сохранение архитектурного комплекса Валаамского Спасо-Преображенского монастыря.

Свою карьеру основатель группы «Онэксим» Михаил Прохоров начинал как финансист, но прочную основу своего благосостояния заложил в 1996 году, когда их с Потаниным группа «Интеррос» купила «Норильский никель». В 2008 году Прохоров удачно продал свой пакет «Норникеля» группе RUSAL Олега Дерипаски, получив 14% в ее капитале и \$7 млрд кэшем.

«

**Никто из них не тратил
на благотворительность
сумму, хотя бы отчасти
сопоставимую со стоимостью
ИХ АКТИВОВ.**

»

Эти деньги позволили Прохорову гораздо легче, чем другим бизнесменам, пережить кризис 2008—2009 годов и даже купить некоторые другие интересные активы, например, 20% еще одного монополиста — производителя минеральных удобрений компании «Уралкалий». В 2012 году Прохоров баллотировался в президенты России и набрал 7,98% голосов. Именно ему принадлежит холдинг РБК, журналисты которого под руководством Елизаветы Осетинской и Романа Баданина описали деятельность фонда «Иннопрактика» дочери Владимира Путина Екатерины Тихоновой и обнаружили, что ее супруг Кирилл Шамалов — владелец крупного пакета в компании «Сибур». Именно Прохоров нанял на работу гендиректора РБК Николая Молибога, который весной 2016 года уволил главного редак-

тора газеты РБК Максима Солюса. Вслед за Солюсом холдинг покинули Осетинская, Баданин и существенная часть команды.

Фонд Михаила Прохорова был основан в 2004 году и сначала действовал только в Норильске, городе, который благодаря «Норильскому никелю» приносил бизнесмену больше всего денег. Другое название — «Благотворительный фонд культурных инициатив», он занимается проектами в сфере науки, образования, просвещения, а также искусства и культуры. Например, фонд учредил собственную литературную премию «НОС», выдает гранты на обучение талантливых студентов за рубежом, развивает школу культурной журналистики, спонсирует театральные фестивали и книжную ярмарку в Красноярске. Возглавляет исполнительную дирекцию фонда сестра Михаила Прохорова Ирина.

Владимир Потанин, Геннадий Тимченко и Михаил Прохоров — постоянные резиденты списка *Forbes*, миллиардеры и знаменитые люди. Конечно, количество денег, которые бизнесмены раздают на благотворительность, не совпадает с суммами, указанными в отчетности основанных ими благотворительных фондов. Да и оценка личного состояния того или иного бизнесмена — это сумма принадлежащих ему активов, а не заработанных за год наличных денег. И все же интересно посмотреть, как расходы благотворительных фондов соотносятся с оценками личных состояний их основателей.

Расходы Фонда Билла и Мелинды Гейтс

Расходы фонда, руб. (\$)/год	Благотворительный фонд Владимира Потанина	Состояние Владимира Потанина	Фонд Елены и Геннадия Тимченко	Состояние Геннадия Тимченко	Фонд Михаила Прохорова	Состояние Михаила Прохорова
2011	н/д	\$17,8 млрд	\$1 млн (\$2,8 млн) (0,05% объема состояния)	\$5,5 млрд	322 млн (\$10,9 млн) (0,06% объема состояния)	\$18 млрд
2012	257 млн (\$8,3 млн) (0,06% объема состояния)	\$14,5 млрд	151 млн (\$4,9 млн) (0,05% объема состояния)	\$9,1 млрд	339 млн (\$10,9 млн) (0,08% объема состояния)	\$13,2 млрд
2013	292 млн (\$9,2 млн) (0,06% объема состояния)	\$14,3 млрд	330 млн (\$10,3 млн) (0,07% объема состояния)	\$14,1 млрд	334 млн (\$10,5 млн) (0,08% объема состояния)	\$13 млрд
2014	292 млн (\$9 млн) (0,07% объема состояния)	\$12,6 млрд	444 млн (\$13,6 млн) (0,08% объема состояния)	\$15,3 млрд	360 млн (\$11 млн) (0,1% объема состояния)	\$10,9 млрд
2015	401 млн (\$7,1 млн) (0,04% объема состояния)	\$15,4 млрд	545 млн (\$9,7 млн) (0,09% объема состояния)	\$10,7 млрд	331 млн (\$5,9 млн) (0,05% объема состояния)	\$9,9 млрд

Источники: отчетность фондов, оценка *Forbes*, курсы валют Банка России

Как видим, Фонд Михаила Прохорова до прошлого года регулярно расходовал \$10—11 млн. Фонд Геннадия Тимченко планомерно увеличивает финансирование. Но никто из них

не тратил на благотворительность сумму, хотя бы отчасти сопоставимую с миллиардной стоимостью их активов. Конечно, российская система распределения такой помощи еще и не способна администрировать на порядок большие суммы. За рубежом миллиардеры тратят на благотворительность гораздо больше и в абсолютном, и в относительном выражении.

Расходы Фонда Билла и Мелинды Гейтс

Расходы фонда / год	Фонд Билла и Мелинды Гейтс	Состояние Билла Гейтса
2011	\$3,9 млрд (7% объема состояния)	\$56 млрд
2012	\$2,2 млрд (3,6% объема состояния)	\$61 млрд
2013	\$3,1 млрд (4,6% объема состояния)	\$67 млрд
2014	\$3,5 млрд (4,6% объема состояния)	\$76 млрд
2015	\$5,1 млрд (6,4% объема состояния)	\$79,2 млрд

Источники:
отчетность фонда,
оценка Forbes

Доброта как источник

Стали ли полученные Годом Нисановым, Самвелом Карапетяном и Зиявудином Магомедовым почетные президентские грамоты гарантом успеха их бизнеса? Нет, Морской собор в Кронштадте не уберег Магомедова от вылета из числа крупнейших строительных подрядчиков «Транснефти» и не помог Нисанову удержать уже вроде бы выигранное право застроить недвижимостью территорию ВДНХ. Однако очень многие бизнесмены умеют извлекать из своих благотворительных программ вполне ощутимую пользу.

В 1994 году Галина Вишневская договорилась с Юрием Лужковым, чтобы ей выделили участок под школу оперного пения на Остоженке, рядом с Зачатьевским монастырем. Строительством занялась компания «Союз театральных деятелей» под руководством бизнесмена Виталия Шаффера. В результате к 2000 году на Остоженке вырос огромный жилой дом в псевдоклассическом стиле, квартиры в нем сейчас продаются за 200—350 млн рублей. Центр оперного пения Галины Вишневской скромно занимает один из флигелей. По такому принципу Союз театральных деятелей построил еще несколько массивных зданий, предназначенных для сдачи в аренду.

Владелец целлюлозно-бумажного комбината «Волга» и бывший замминистра имущественных отношений России Шалва Бреус собрал обширную коллекцию картин российских худож-

ников 1970-х годов и дальше. Свою коллекцию Бреус оценивал в \$50 млн. Сейчас бизнесмен арендует площади в кинотеатре «Ударник» рядом с Кремлем (там проводится церемония вручения учрежденной Бреусом Премии Кандинского). В 2015 году правительство Москвы решило продать кинотеатр с торгов, и Бреус заявил, что намерен купить здание и устроить в нем музей современного искусства. Была объявлена начальная цена — 556 млн рублей (около \$10 млн), однако город без объяснения причин отложил торги, и «Ударник» так и не перешел пока в частные руки. Но Бреус с высокой вероятностью все же получит «Ударник»: торги хотя и отложены, но не отменены.

«

Сергей Гордеев и его партнеры раньше всех поняли, как можно озолотиться на редевелопменте удачно расположенных промышленных предприятий.

»

В начале 2000-х годов в Москве гремела слава компании «Росбилдинг» и ее основателя Сергея Гордеева. Энергичные молодые люди агрессивно скупали акции только что приватизированных предприятий столицы вроде завода игрушек «Кругозор», расставались с бывшим менеджментом, закрывали производственные цеха. Гордеев и его партнеры раньше всех поняли, как можно озолотиться на редевелопменте удачно расположенных промышленных предприятий. В 2005 году Гордеев ликвидировал компанию и бренд «Росбилдинг», создав новую «Хорус Кэпитал», но от славы рейдера избавиться не удалось. В 2007—2010 годах Гордеев был сенатором от Пермского края, а в 2010 году продал свой «Хорус Кэпитал» вместе с принадлежащей ему сданной в аренду недвижимостью финансовой корпорации «Открытие» за \$800—900 млн.

Одним из крупнейших объектов был бизнес-центр «Фа-

брика Станиславского» — аккуратно восстановленная бывшая Золотоканительная фабрика семьи Алексеевых возле Таганки. Правнуком состоятельного основателя фабрики был Константин Алексеев, больше известный как Константин Сергеевич Станиславский. Чтобы рабочие на предприятии в свободное время не пили и не слонялись без дела, молодой Алексеев открыл в 1904 году на фабрике собственный театр. Среди первых сыграли пьесы Островского и Чехова.



В 2008 году Сергей Гордеев активно занимался реконструкцией предприятия и выделил бывшее здание театра Студии театрального искусства под руководством режиссера Сергея Женовача. Так бывший рейдер стал едва ли не единственным в стране владельцем частного театра. Сейчас в труппе 24 человека. По данным отчетности РСБУ, театр выручает 45—48 млн рублей, а для того, чтобы нормально работать, ему нужно около 80 млн рублей.

В 2011 году за проект реконструкции «Фабрики Станиславского» Сергей Гордеев получил премию Королевского инсти-

туда британских архитекторов. В конце 2015 года в интервью телеканалу «Москва-24» Гордеев говорил, что был бы не против перестать быть единственным кормильцем Студии театрального искусства, которую он содержит около 10 лет. В 2016 году Марк Захаров и несколько других именитых режиссеров обратились к министру культуры Владимиру Мединскому с просьбой принять на себя заботы о студии, так как у нее «проблемы с финансированием». Нужно же знать меру и в благотворительности.

Елена Буйских — независимый журналист.

«

**Бывший рейдер стал
едва ли не единственным
в стране владельцем
частного театра.**

»

«Пусть расширяются, пусть растут, пусть открываются!»



Леонид Михельсон и архитектор Ренцо Пьяно презентуют проект реконструкции ГЭС-2 мэру Москвы Сергею Собянину

На критические вопросы о работе фонда V-A-C отвечают Тереза Мавика и Катерина Чучалина

В сегодняшней российской ситуации — при слабости как художественного рынка, так и государственной поддержки современного искусства — одним из важных источников денег для «актуальной культуры» служат фонды, организованные крупными бизнесменами и олигархами.

«Виктория — искусство быть современным» (V-A-C) — фонд, основанный в 2009 году председателем правления ОАО «Новатэк» Леонидом Михельсоном. В 2016 году Леонид Михельсон занял первое место в списке богатейших россиян по версии Forbes.

«Разногласия» составили список вопросов к фонду, переживающему сейчас активное расширение и перестройку. По мотивам этих вопросов состоялась беседа, на которой присутствовали главный редактор «Разногласий» Глеб Напреенко, директор фонда Тереза Мавика, программный директор фонда Катерина Чучалина, а также Виктория Михельсон и Грета Мавика.

ТЕРЕЗА МАВИКА: Начинай, Вышинский.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Я не Вышинский. За мной нет Сталина, и я вас не могу расстрелять. Я критик. Когда я критиковал Третьяковку или Музей ГУЛАГа, я говорил за них то, о чем они сами не скажут. С вами я делаю ставку на то, что вы готовы говорить.

МАВИКА: В таком случае спасибо, что приехал! Но, дорогой мой, когда ты, видимо, еще не родился, а твой Франко «Бифо» Берарди уже сдулся и мы все получили по голове за то, что верили во что-то, верили в политику, я уже тогда все это прошла и повзрослела. Поэтому меня не расстреляли тогда, и я не боюсь, что расстреляют сейчас. Тем более не боюсь, что расстреляешь ты. Просто я хочу, чтобы ты сам для себя уяснил, зачем тебе нужно это интервью.

НАПРЕЕНКО: Я наблюдаю некоторые изменения в функционировании фонда V-A-C, который уже несколько лет существует на российской арене.

МАВИКА: Можно я перебью? Ты говоришь, что ты критик; позволь тебе сказать, что ты невнимательный критик. Потому что речь не идет просто об изменении, мы здесь создаем что-то новое. Осторожнее со словами.

НАПРЕЕНКО: На базе старого фонда строится некая новая институция — давайте так это назовем?

МАВИКА: Давай! Так мне больше нравится.

НАПРЕЕНКО: Хорошо. Вы создаете музей.

МАВИКА: Я никогда не говорила этого.

НАПРЕЕНКО: Вы создаете центр V-A-C на ГЭС.

МАВИКА: Есть по-русски и другие слова... площадка...

НАПРЕЕНКО: Какие новые приоритеты возникают в вашей работе в связи с конструированием этой новой институции?

МАВИКА: А что ты знаешь про нашу старую работу?

НАПРЕЕНКО: Я видел ее со стороны, но некоторые изменения наблюдаю. Есть ли что-то принципиально новое по отношению к тому, как была организована ваша работа раньше?

МАВИКА: Мы создали этот фонд семь лет назад из ничего.

Главное в моей жизни — это что-то строить, а не разрушать. Что-то делать, что может улучшить этот мир. Так получилось, что мой мир находится здесь, в России. Тебе приблизительно 27 лет — сколько я тут живу. Поэтому право на этот мир у нас почти одинаковое. На этом поле, где ничего не было, мне дали возможность что-то создать. Я говорю не только о фонде V-A-C, у меня и до этого были возможности, когда признаки жизни в российском поле современного искусства были очень слабыми. Помнишь галерею «Стелла»? Люди, которые создали ту галерею, не имели со мной ничего общего, но я тогда, что называется, *accepted challenge* (приняла вызов. — *Ред.*) — пошла на то, чтобы что-то строить вместе с ними. В то время впервые обсуждалось, например, что у художников могут быть контракты. До этого не было идеи, что ты платишь художнику за продакшн работы, а потом еще платишь, чтобы ее купить.

«

**Мы все получили по голове
за то, что верили во что-
то, верили в политику,
я уже тогда все это прошла
и повзрослела.**

»

НАПРЕНКО: Что-то похожее по идее было в Союзе художников в СССР, просто все изменилось.

МАВИКА: Я не знаю, изменилось или нет. Зависит от того, хочет человек что-то делать или нет, и так я воспринимала свою работу со «Стеллой» и с фондом «Современный город». Этот фонд вообще существовал в подвале, почти без денег. И опять-таки мы там что-то строили. С фондом V-A-C появились другие возможности. Это важно, конечно! Тогда ты задумываешься о том, что надо строить что-то побольше, более стойкое.

Мы создали фонд V-A-C, если хочешь, «для экспорта» (на моем бедном русском языке). Я чувствую по вопросам, которые вы прислали, что вам это слово понравится. Но в какой-то момент основатель фонда Леонид Викторович Михельсон, видимо, убедился в том, что наша работа действительно что-то может изменить. Это не просто показ чего-то где-то «на экспорт», а мощнейшая машина.

НАПРЕЕНКО: И в какой момент это произошло?

МАВИКА: Это произошло в нашей венецианской истории, которая была построена без особого пафоса. Я никогда не забуду украинского боксера — Кличко! Тогда в Венеции приземлился г-н Пинчук с огромным плакатом этого героя и захватил весь Большой канал... в то время мы с Катериной Чучалиной переехали на остров Джудекка, в помещение рядом с вонючим баром, где есть нечего было, и там тихо и спокойно развернули программу. С этой программой мы и убедили Леонида Викторовича, что стоит с этим работать, это не пустая трата времени или показ самого себя.



Леонид Михельсон презентует проект реконструкции ГЭС-2 мэру Москвы Сергею Собянину

НАПРЕЕНКО: Убедили — то есть показывали ему выставки?

МАВИКА: Показывали выставки, обсуждали с ним все.

Я не знаю, какое у тебя представление об этом...

НАПРЕЕНКО: У меня как раз смутное представление, и мне интересно.

МАВИКА: Я понимаю, что Леонид Викторович не очень публичный человек, но не все обязаны быть публичными людьми. Он работает как минимум 19 часов каждый день.

НАПРЕНКО: Мы все достаточно много работаем...

МАВИКА: Этому человеку каждый день дают расписание, в котором все расписано по минутам, вплоть до того, когда ему можно поесть. Он занят в другой области, и, так получилось, у него нет времени, нет привычки ставить себя на обложки журналов. Каждый себя ведет так, как ему комфортно, но это не значит, что он где-то там сидит и ничем не интересуется. Мы обсуждаем абсолютно все проекты. Он знакомится с художниками, когда может. Если хочешь, можно сказать, что Леонид Викторович далеко от нас, но активно интересуется нашей работой.

«

**Мы — частная институция,
и у нас один источник
финансирования. Мне нужно
с этим финансированием
создать продукт.**

»

КАТЕРИНА ЧУЧАЛИНА: Я думаю, дистанция достаточно маленькая. Хотя мне не с чем сравнивать, я не знаю, как в других случаях происходит...

МАВИКА: Просто когда Леонид Викторович понял мощь нашей работы в Венеции, он решил ее более основательно проводить и в России. Он мне так и сказал: «Подожди, а почему же нам не показать там выставки, которые вы *тут* делаете?» Сейчас понятно ли, почему я говорю, что мы тут не просто меняемся, а создаем что-то новое? Одно дело — иметь *private foundation* (частный фонд. — *Ред.*), который в Венеции делает более-менее крупные выставки, а в Москве просто играет с какими-то художниками и в забытых музеях, где появляется с маленькими выставками, а другое — создать нечто в центре

Москвы, на виду у всех и, самое главное, для всех, где только на выставки шесть тысяч квадратных метров!

НАПРЕЕНКО: Это ГЭС?

МАВИКА: Да, ГЭС, он такой. Немыслимо, чтобы им занималась та же маленькая организация, в которой я, Катя и еще три человека, сидя на полу, могли что-то творить. Сейчас совсем другая история, и эта история начинается с нуля.

НАПРЕЕНКО: На каких принципах строится новая работа по сравнению с тем, что было раньше?

МАВИКА: Раньше мы думали только о Венеции, о том, что там может быть интересно, а сейчас свои истории нужно рассказывать здесь, производить их здесь. Надо менять язык, менять структуру, менять все! И нужно растить кадры, которые это могут делать.

НАПРЕЕНКО: Есть международные институции, на которые вы ориентируетесь?

МАВИКА: Я не хочу следовать какой-то модели, я хочу создать свою модель, место для всех. Когда есть такое большое пространство, из 300 посетителей, может быть, 150 не знают, почему и куда пришли. Но мы не можем не заботиться о них. Лучше, чтобы они к нам пришли, а не к князю Владимиру. Там же холодно, а у нас будет тепло! Кто-то спрашивал: «ГЭС будет как Тейт Модерн?» В каком-то смысле, наверное, да. Ведь что самое характерное для Тейт? Что там делаются академические выставки, *демократичные*, понятные всем. Ведь, наверное, надо об этом думать: когда есть 6000 квадратных метров, у тебя социальная ответственность совсем другая, чем когда ты делаешь ювелирное изделие в Музее ГУЛАГа или в другом месте. Когда меняешь кожу, как мы сейчас, это порождает другую ответственность, и самое главное сейчас — понять контекст. Я все время говорю: мы должны знать, где мы находимся. И осознать, например, что мы находимся в стране, в которой в Уголовном кодексе есть 148-я статья! Это факт.

НАПРЕЕНКО: Оскорбление чувств верующих?

МАВИКА: Да. Мы находимся в такой стране, и мы должны с этим работать. И это только один пример.

НАПРЕЕНКО: Происходят изменения в структурах менеджмента фонда, количество сотрудников резко растет. Для вас это новый тип институции-корпорации?

МАВИКА: Если у тебя есть 40 000 квадратных метров, которыми нужно управлять, ты не сможешь это делать с коллективом из 15 человек! Придется увеличивать количество сотрудников,

придумывать новые функции — то, что я называю «структурироваться». Другое было время, когда мы были портфельной институцией... Ты даже не представляешь, насколько романтично слово «портфельная», насколько нам оно дорого. Но сейчас мы так не можем. Я очень сильно уважаю эту девушку (Катерину Чучалину. — *Ред.*), и я доказываю это каждым шагом, но всем понятно, что она не может отвечать за программу на 6000 квадратных метров! Это должна быть коллегиальная работа, по-другому это просто невозможно.

ЧУЧАЛИНА: Я думаю, ты понимаешь, что мы представляли собой три года назад?

НАПРЕЕНКО: Примерно понимаю.



Ольга Свиблова,
Марина Лошак,
Тереза Мавика,
Антон Белов
и Зельфира
Трегулова
на презентации
проекта
реконструкции
ГЭС-2. Сзади —
Леонид Михельсон

ЧУЧАЛИНА: Это были связи, административные, юридические, менеджерские. Было сообщество пятерых людей, которые общались круглые сутки... У нас был большой кредит доверия, это была непозволительная роскошь — одновременно себя структурировать.

МАВИКА: Год назад в декабре я написала своим сотрудникам очень грустное письмо о том, какие мы были молодые, *богемные*, романтично воспринимали мир, сидели на полу, а сейчас, блин, придется повзрослеть. Потому что совсем другой *scale* (масштаб. — *Ред.*).

НАПРЕЕНКО: Но все-таки чья это была инициатива — строительство институции в России и увеличение «скейла»?

МАВИКА: Когда закончился наш пятилетний контракт аренды в Венеции, я сказала: «О'кей, закроем Венецию и попробуем

переехать в Лондон. Создадим кочующую по миру структуру, расскажем про русское искусство, заставим русское искусство разговаривать с разными контекстами». В тот момент Леонид Викторович мне ответил: «Секундочку, давай, во-первых, останемся тут, в Венеции. Здесь все-таки очень хорошо. Раз в год весь мир приезжает сюда, и мы можем сразу захватить большую аудиторию. А во-вторых, нам нужно что-то построить в России. Надо там обосноваться».

«

Марина Лошак сразу
сказала: «Тереза, даже
не мечтай! Там будет
"Пушкин Модерн"!»

»

А насчет того, почему институция стала большой, — в какой-то мере это было случайно. Была задача найти помещение. Я посмотрела особняки, помещения в торговых центрах, на старых фабриках, у черта на куличках. А потом приехали на ГЭС-2. Мы ее посетили вместе с Леонидом Викторовичем ранним утром очень холодного дня. Мы приехали туда, там было темно и шумно, я вообще не могла понять, где нахожусь, а ему эта машинность сразу понравилась, он инженер. А мне понравилось, что это *запретное, огражденное* место в центре города, куда никогда нельзя было войти, потому что *power station* (электростанция. — *Ред.*). И я подумала: как офигенно — вернуть эту территорию городу! Мне кажется, это очень сильный *challenge* (вызов. — *Ред.*). А то, что она большая, — что ж я могу с этим поделать? Мы не имеем права ее расширить или уменьшить. Департамент культурного наследия не даст ее изменить! Она такая, какая она есть (*смеется*).

НАПРЕЕНКО: То есть идея о расширении была эффектом помещения?

МАВИКА: Абсолютно! Я больше тебе скажу: мы посмотрели и другую электростанцию, поменьше... Ты знаешь, что есть

разные электростанции, которые все рано или поздно закроют? Напротив Белого дома уже закрыли две, но там была какая-то непонятная история — половину здания уже отдали кому-то... И я сказала: нет-нет, не стоит с этим связываться! И есть еще одна, тут, на набережной, — но Марина Лошак сразу сказала: «Тереза, даже не мечтай! Там будет “Пушкин Модерн”!» И так получилось, что мы на ГЭС-2. И это очень даже неплохо...

НАПРЕЕНКО: Сейчас есть тенденция к укрупнению ключевых институций, которые заняты искусством в России. И «Гараж» вырос, и Пушкинский растет, и Третьяковка растет, и Эрмитаж открывает филиалы. Что объединяет эти случаи?

МАВИКА: Это твоя работа — понять, что происходит, я только радуюсь этому. Пусть расширяются, пусть растут, пусть открываются! Лучше, чтобы институции росли, чем монументы князю Владимиру строились!

НАПРЕЕНКО: Мыслите ли вы себя сознательными конкурентами с другими крупными институциями? «Гаражом», например...

МАВИКА: Нет! Ну пожалуйста! Я считаю, что ты — один из самых умных людей в поле искусства; не задавай и ты мне глупых вопросов, я тебя умоляю.

НАПРЕЕНКО: Раньше V-A-C воспринимался как институция, поддерживающая отдельных художников. Видите ли вы противоречия между политикой поддержки российских художников и построением большой институции по более универсализированному типу?

МАВИКА: Не вижу. Но всем не угодить, и непонятно, как себя вести. Действительно, меня обвиняли в том, что я тут только своих друзей поддерживаю. У меня и друзей особенно нет, и мои друзья — Вадим Захаров, Андрей Монастырский — в наших проектах практически не принимали участия. Один раз Вадим Захаров был, да и все. Вот как ты думаешь, для кого мы делаем большую площадку?

НАПРЕЕНКО: Вопрос в том, изменится ли ваша политика поддержки художников в России.

МАВИКА: Я не понимаю, как она должна меняться и почему. Напреенко: Это была штучная работа, а теперь это машина.

МАВИКА: У нас раньше было 100 метров, и можно было выставлять там двух художников. А сейчас будут тысячи метров, наверное, сможем больше.

ЧУЧАЛИНА: Полагаю, Глеб имеет в виду, что изменился тип

институции. Институция, которая была нацелена на местное художественное производство, должна из-за изменившегося производственного цикла изменить формат, расширить его.

Мавика: А почему, ты думаешь, я задала ему вопрос, для кого это делается? Мы делаем это для художников, чтобы продолжить производство, чтобы его расширить.

«

**В договоре прописано,
что ты должен отдать все свое
рабочее время этим проектам
фонда, но не написано,
что ты не можешь быть
занят на фриланс-
проектах по согласованию
с руководителем.**

»

Чучалина: Безусловно! Оно в любом случае должно быть инкорпорировано и расширено. Ты справедливо ставишь вопрос, как продолжать то, что было начато, и как это расширять и при этом оставаться институцией, которая интересна, условно, широкой аудитории. Это можно решить с помощью внутреннего устройства. Нужно ли больше внимания внутри этой институции уделить резиденциям? Мерить институцию не выставками, а, может быть, единицами производства работ?

Напреенко: Была интересная статья Андрея Шенталя «Импорт-экспорт» о «Гараже»: что культурная политика там мыслится как просвещение российской публики привозными звездами и выставочными блокбастерами. Как вы видите границу

между просвещением и колонизацией?

МАВИКА: Ты считаешь, что статья интересная?

НАПРЕЕНКО: Мне кажется, да.

МАВИКА: Тебе действительно так показалось? У «Гаража» своя история, и они имеют право ее делать как хотят. Я безумно рада, что они существуют. Потому что они тоже меняют контекст, как меняет каждый, кто приходит и что-то делает.

Когда мы с Леонидом Викторовичем создали фонд, он меня спросил: «Кого мы пригласим с тобой работать?» Я сказала: «Дайте возможность, и я поищу ребят здесь». Катя Чучалина, например, была молодая девочка, Маша Мкртычева еще моложе... Это было уже шесть лет назад. Это был их первый и единственный опыт.

Как будет в новой институции? Я не чувствую, сидя здесь, что я на Востоке, а там — Запад. Я здесь живу свою жизнь, я здесь вырастила двух детей, они окончили русскую школу, потом решили эмансипироваться и уехать учиться в Англию, в Америку, а сейчас возвращаются. Мне тут хорошо, потому что я чувствую, что здесь могу что-то строить. Я верю в своих ребят в фонде и внушаю им уверенность в себе. Но также я уверена, что они сами не смогут управлять этой огромной машиной, наверняка скоро нам понадобится помощь извне. Мне это кажется абсолютно нормальным процессом. Никогда это не плохо — просить помощи.

НАПРЕЕНКО: Вы считаете, что в России нет опыта управления такими институциями?

МАВИКА: Где нам найти такой опыт? Таких институций в России никогда не было. Мне негде найти человека, у которого есть подходящий опыт. Однозначно считаю, что кадры не готовы. А ты считаешь, что это не так? Когда мне нужно писать какой-то договор в рамках своей деятельности, в Венеции я могу найти адвоката, который с этим предметом уже работал, а здесь этого нет. Когда ты говоришь о кадрах, ты думаешь о директоре, а я думаю о людях, которые могут решать конкретные вопросы. Ежедневные вопросы. Вопрос ввоза и вывоза культурных ценностей — это простой вопрос, о котором ты в своей прекрасной работе критика не думаешь. А знаешь что? На основе сегодняшнего закона мы не можем открыть ни «Гараж», ни мансарду, ни депанданс! А у меня нет кадров, которые могут решить этот вопрос, правильно выстраивать коммуникации с теми, кто этим занимается.

НАПРЕЕНКО: Это провинциальность?

Мавика: Слово «провинциальность» мне не нравится. Ты обязательно хочешь зайти в схемы: центр и периферия, колонизация и колонизаторы. Мы вместе в открытом поле это делаем. Что тебе в этом не нравится? Это не очень красиво звучит?

Чучалина: Мне кажется, это, наоборот, слишком красиво звучит.

Напреенко: Как вы набираете работников?

Мавика: Встречаемся со многими людьми. Сейчас наших знакомых и друзей уже недостаточно, поэтому сейчас мы всюду пишем, что ищем, например, копирайтера или куратора, который занимается паблик-артом. Но вот Катя не может его найти. И не потому, что все идиоты, а потому, что ни у кого нет такого опыта.

Напреенко: В России идет процесс создания мегаинституций, который уже прошел на Западе, хорошо это или плохо. Возникают ли с большим масштабом фонда принципы корпоративной лояльности? Требование, что для работника фонда центральной должна быть работа в фонде?

Мавика: Видимо, мои сотрудники пришли к тебе жаловаться. Правильно, есть такая проблема. Ты им передай, пожалуйста, что эти требования исходят лишь из необходимости структурироваться.

А «лояльность» — это для меня другое. Мы потеряли двух сотрудников, одного «ушли», другая ушла, и никто из оставшихся не пришел ко мне с вопросом: почему, что случилось? Вот это их уровень *лояльности*! Разве это имеет отношение к большой институции? У нас не такой большой коллектив, 20 человек. И они не пришли ко мне не потому, что нас стало больше, а потому, что у них *эмоциональный запор*. Тот факт, что они не проявили интереса к происшедшему, не связан с тем, что их так много и они даже не знали друг друга. Это связано с тем, как люди относятся к своим коллегам. Как каждый интерагирует с другими, как чувствует себя частью чего-то большего. Это связано с тем, что создать коллектив ужасно сложно!

Напреенко: А связан ли уход двух этих сотрудников с тем, что работа в фонде должна быть центральной для сотрудника — это прописано в договоре?

Мавика: Да, теперь прописано в договоре. Мы — частная институция, и у нас один источник финансирования. Мне нужно с этим финансированием создать *продукт*, давай будем называть простыми словами. Когда нас было шесть человек,

мы общались 24 часа в сутки, не было нужды прописывать какие-то правила, потому что мы этим жили. Когда станет 250 человек, как ты считаешь, как можно будет понять, работают ли они на создание нашего продукта или на создание какого-то другого?

«

Участники этих проектов не выросли.

»

НАПРЕЕНКО: Вот я и говорю, что это связано с укрупнением — требование в трудовом договоре, что твоя главная «работа» — в фонде V-A-C.

МАВИКА: Да, оно так и есть. Иначе ты «фриланс», человек, который делает что хочет, с кем хочет и когда хочет. А мы тут работаем по контракту. Когда я сказала Кате: «Ну почему же мы не приглашаем на работу таких людей, как Глеб Напреенко?» — она мне ответила: «Он же “фриланс”, он должен работать на другом поле, он не может ужиться в институции». Ты можешь использовать свое время как тебе нужно, а мы здесь работаем по четким правилам, как и везде в мире. Структурирование рабочего времени — главная защита моих сотрудников. И я хочу, чтобы они в 7 часов вечера закончили работать! Мы все имеем право на свою жизнь вне офиса. Раньше объем работы и обязательства были другие — сейчас другие требования, другие ритмы, другие дедлайны. Мы с Катей общались день и ночь. Сейчас мы не успеваем встретиться. У меня была одна мечта, когда я разочаровалась в политике, — заниматься искусством. И вот сейчас я строитель, адвокат, менеджер, занимаюсь всем, кроме искусства. Но хотя бы строительство в Венеции заканчивается... Ты себе представляешь, что такое строить в Венеции?

НАПРЕЕНКО: Нет. Но думаю, что сложно.

ЧУЧАЛИНА: Все эти трансформации — действительно, болезнь роста, связанная со слишком быстрым расширением

коллектива, которое ведет за собой как болезненные процессы, так и здоровые, как когда мы решили перезаключить трудовой договор, где прописано, кто где сколько должен работать. У нас была серия собраний с юристом и коллективом, на которых мы обсуждали каждый из этих пунктов, и юрист согласился по большинству пунктов, кроме одного, по которому он не соглашался месяца три. Это касалось продолжительности рабочего дня, условий работы, компенсаций. Мы ему объясняли, что у нас постфордистские условия труда. Юрист говорил: «Объясните, почему вы работаете 24 часа, почему ваша работа продолжается, когда вы приходите домой и читаете книжки? Как мне это соединить с законодательством?» В результате он пошел на уступки, но адаптировал то, что мы ему объясняли, к существующему законодательству.



Виктория и Леонид Михельсон и Тереза Мавика на открытии V Московской международной биеннале молодого искусства

МАВИКА: Думаю, что «пошел на уступки» — это неправильное выражение, Катя. Это встреча двух разных миров. Его изначальные контракты — типовые. После долгих дискуссий мы смогли адаптировать типовой контракт под условия этой специфической работы.

НАПРЕЕНКО: И что получилось?

ЧУЧАЛИНА: Степень его эксклюзивности? В договоре прописано юридически точно, что ты должен отдать все свое рабочее время проектам фонда, но не написано, что ты не можешь быть занят на фриланс-проектах по согласованию с руководителем.

МАВИКА: Не забудь, что это не государственные деньги, которые можно считать *общими* и поэтому и *нашими*. Это *private foundation* (частный фонд. — *Ред.*). Человек решил финансировать эту деятельность, и он просит тебя работать 8 часов

в день, как по закону, на реализацию этого проекта. Как ты себе представляешь, что человек может работать тут и, например, на открытии «Пушкин Модерн»? Что вот Катя будет одновременно работать над нашим проектом и над реализацией проекта Марины Лошак? Если ты часть этой институции, ты часть этой институции! Я же не работаю в другой.

«

**Если человек сегодня
есть, завтра нет, сегодня
он это делает, а завтра
у него депрессия, то ничего
не выйдет. Или мы занимаемся
детским садом, или пытаемся
что-то строить.**

»

НАПРЕЕНКО: Вы отчитываетесь в своей деятельности перед Леонидом Викторовичем?

МАВИКА: Да. Притом, когда я это делаю, он стоит с хлыстом (*смеется*). Что значит — отчитываться?

НАПРЕЕНКО: В какой форме происходит отчет фонда о своей деятельности, финансовый и смысловой?

МАВИКА: А ты говоришь, не Вышинский! Мы платим налоги. Запиши, пожалуйста, что мы платим все налоги!

НАПРЕЕНКО: В коррупции я вас не подозреваю.

МАВИКА: Мы с самого начала создали определенную схему, и она тоже сейчас структурируется. Схема такая: во втором полугодии мы составляем программу на следующий год и под нее рассчитываем бюджет, обсуждаем его с Леонидом Викторовичем и с теми, кто занимается финансовыми вопро-

сами. У Леонида Викторовича есть фонд V-A-C и есть другие фонды, которые занимаются строительством детских больниц или школ для одаренных. Мы обсуждаем свой бюджет в рамках этой общей структуры. До сих пор я не помню, чтобы какое-то из наших предложений не получило поддержки. Далее мы начинаем работать с этим бюджетом. Есть финансист, который помогает распределять ресурсы, бухгалтер, который ведет отчеты перед налоговой инспекцией. В конце есть отчет финансовый и есть отчет содержательный, интеллектуальный, эмоциональный, наша история. Они не всегда сходятся.

НАПРЕЕНКО: А в какой форме вы отчитываетесь перед Леонидом Викторовичем как раз о содержательной стороне? Через отзывы в СМИ, посещаемость?

МАВИКА: Насчет посещаемости с твоей стороны немного нетактичный вопрос. Наши проекты в России пока настолько маленькие, что о посещаемости как о критерии говорить бессмысленно.

НАПРЕЕНКО: А отзывы критиков?

МАВИКА: Были бы критики, были бы и отзывы. По выставкам в Венеции мы делали всегда обзор прессы: писало столько-то СМИ в мире, столько-то людей приехало посмотреть на выставку. А здесь о чем мне докладывать? Один пришел и написал, что мы сделали эталонную выставку, а другой сказал, что это просто г**но. Вот и два комментария. Вас, критиков, тут по пальцам пересчитать можно, включая тебя. На Фейсбуке Анна Толстова как только может всем напоминает, что мы пользуемся грязными олигархическими деньгами. Об этом ему рассказать? Да, мы могли Леониду Викторовичу рассказать, что о нас Дьяконов написал статью. Но сейчас даже Дьяконов писать в «Коммерсанте» уже перестанет.

НАПРЕЕНКО: То есть главное — финансовый отчет и ваши впечатления?

МАВИКА: Да, и это для меня самое главное — когда мы садимся и признаем, что где-то не получилось то, чего мы хотели.

НАПРЕЕНКО: Проект должен соответствовать изначальной заявке по деньгам и по смыслу?

МАВИКА: Бюджет — это смета. Ты можешь находиться в рамках этого бюджета либо выходить из них, как получится. А по смыслу... Поскольку мы сейчас не можем рассчитывать ни на отзывы, ни на посещаемость, просто приходит Катя и говорит: «Вам нравится выставка?» — а я обычно отвечаю: «Нет, не нравится». «А мне нравится», — она говорит. Потом прихо-

дит Аня Ильченко: «А мы именно это и хотели сделать...» Понимаешь, о чем я? Мы на том этапе, когда проекты в основном делаются для удовлетворения самого куратора! Практически для себя и своих друзей.

НАПРЕЕНКО: А то, что за последнее время было заморожено несколько проектов, связано с болезнью роста?

«

Мы купили ее в коллекцию и теперь можем мечтать поставить ее когда-нибудь на Лубянке.

»

МАВИКА: Нет, это связано с тем, что участники этих проектов не выросли. Берем, например, ваш проект «Очерки по истории современности» (организованный Анатолием Осмоловским, Константином Бохоровым, Борисом Ключниковым, Глебом Напреенко и Александрой Новоженовой. — *Ред.*).

НАПРЕЕНКО: Можно посмотреть на нашем примере, почему легче закрыть проект, чем завершить его.

МАВИКА: Почему ты говоришь «легче»? Мы с вами прошли через бурную, болезненную дискуссию, прежде чем решиться не закрывать проект, а отсечь его часть — издание книги. Изначально мы сделали заявление, финансовое и содержательное. Мы должны были создать идеальную группу из пяти человек, которые путем дискуссий должны были произвести определенный продукт. В конце получился не тот продукт! Вот и Катя не даст соврать: так как у меня католическое и коммунистическое образование, я всегда говорю правду и всегда виновата во всем. Поэтому в любом случае проект, который не удался, — это проект, который МЫ не сумели довести до конца. В случае «Очерков» у куратора наверняка не хватило сил ввести ваши анархические голоса в единое русло и полу-

чить ту книгу, которую мы планировали получить. Не сумел собрать тексты, достойные быть книгой. Художники и критики не виноваты, виноваты мы.

НАПРЕЕНКО: Есть вопрос об отношениях менеджеров фонда и художников...

МАВИКА: Кстати, что плохого в слове «менеджер»? Слово «менеджер» сейчас — как будто «проститутка». Это плохое слово?

НАПРЕЕНКО: Есть ощущение, что менеджер — это тот, кто обладает властью в любой ситуации, и это вызывает вопросы.

МАВИКА: Это, наверно, из-за Антона Белова (директор «Гаража». — *Ред.*) — о нем говорят, что он менеджер и обладает властью (смеется)... Тут какое-то недопонимание. Я не считаю, что менеджер — это тот, у кого есть власть.

НАПРЕЕНКО: Как в фонде регулируются отношения художника и менеджера? Часто это проектная работа, когда они работают вместе. Как разделены их обязанности? Художник должен составлять отчетность, в том числе финансовую?

МАВИКА: Это раздвоение — менеджер и художник — архаичная, тоже романтическая история. Ты считаешь, что художник — это тот, кто занимается интеллектуальной мастурбацией с утра до вечера и только творит? А менеджер — это какой-то идиот, который собирает чеки? В 2016 году мы с таким представлением далеко не уйдем. Если у художника есть проект, у него есть ответственность перед собой, чтобы реализовать его. Если художник приходит и говорит: «Я хочу это создать» — я говорю: «Давай вместе попробуем понять, сколько это стоит». Мы вместе считаем, сколько это стоит, я иду и получаю финансирование. И тогда возникает вопрос, какую ответственность художник несет не за эту сумму, а за свой проект. Если человек уважает себя, отвечает перед собой, он отвечает и в том, чтобы собирать чеки. Ведь это не мои и не твои деньги, это мы получили средства на проект. А если человек сегодня есть, завтра нет, сегодня он это делает, а завтра у него депрессия, то ничего не выйдет. Или мы занимаемся детским садом, или пытаемся что-то строить.

НАПРЕЕНКО: То есть художник все-таки должен быть немножко менеджером?

ЧУЧАЛИНА: Менеджерская составляющая в разной степени присутствует в разных проектах. Например, программа «Расширение пространства» собрала художественные проекты, в которые встроена административная составляющая.

МАВИКА: Притом надо добавить, что, уже когда мы начина-

ли программу «Расширение пространства», мы говорили себе, что успех не в реализации всех этих проектов! Мы ведь понимаем, где находимся.

НАПРЕНКО: А изменились требования к художнику в связи с ростом вашей институции?

«

**Мизиано как раз «фрилансер»,
он не в структуре фонда.
Нам интересно сделать
из Кураторской школы что-то
постоянное, побольше.**

»

Мавика: Раньше мы делали меньше проектов.

Чучалина: На самом деле требования к художникам всегда были такие.

Мавика: Потому что другими они быть и не могут.

НАПРЕНКО: Чем закончились отношения фонда и Виктора Мизиано в рамках проекта «Московская кураторская летняя школа»? Мизиано был программным директором Кураторских школ на протяжении нескольких лет. Считался ли он автором проекта и как теперь существует школа?

Мавика: Я тебе расскажу свою правду. Была «Манифеста-9» в городе Генк. Директор фонда «Манифесты» Хедвиг Фейен обратилась к нам за помощью. Ты представляешь, какое количество обращений мы получаем каждый день со всех краев мира? Сегодня, например, художник из Японии нам написал: «Помогите мне, пожалуйста, реализовать работу». В этой куче и Хедвиг. Я говорю: «Хедвиг, я не заинтересована в том, чтобы быть спонсором, давай мы как-то поучаствуем в процессе...» Она говорит: «Я хочу сделать офигенную работу, но мы не можем ее произвести». И мы помогли сделать скульптуру, которая

была на поле перед зданием, башню из автомобильных шин из бронзы, где горел вечный огонь. И это было, конечно, связано с газом, а газ — наша тема (президент фонда V-A-C — председатель правления компании «Новатэк», занимающейся среди прочего добычей газа. — *Ред.*). Мы купили ее в коллекцию и теперь можем мечтать поставить ее когда-нибудь на Лубянке.

НАПРЕНКО: Вместо Дзержинского?

МАВИКА: Или вместо князя Владимира. В тот момент Виктор Мизиано был президентом «Манифесты». Тогда уже у «Манифесты» было желание приехать в Россию. Хедвиг спросила: «Почему вы не берете на себя организацию “Манифесты”?» Я ответила, что это противоречит тому, как «Манифеста» работает — получая приглашение от местных властей, причем исторически «Манифеста» не выбирала столицы. Результатом этой истории была «Манифеста» в Питере. В то время мы начали мечтать о совместной школе, которая с образовательной программой «Манифесты» смогла бы здесь развиваться. Этот процесс был длинный, болезненный и завершился тем, что от всей «Манифесты» остался в проекте один Мизиано. У Вити плохо получается совместно работать, это такая личность, что ему надо быть одному. Он сделал интересное предложение: попробовать короткую летнюю школу, три недели, когда один художник или куратор отвечает за программу. Это была временная история. Мы не обещали друг другу вечно жить вместе.

НАПРЕНКО: Я учился на первой Кураторской школе и воспринимал Мизиано как главного.

МАВИКА: Если бы я была на первой школе с самого начала, наверное, она воспринималась бы как наша общая школа, но мне пришлось уехать из-за болезни. Маша Мкртычева осталась с ним одна, у нее не было того опыта, который был у него, поэтому в глазах людей она превратилась в его школу, а мы будто ее просто финансировали. При том что Маша проделала огромную работу. И если бы это был только проект Мизиано, то после его ухода он бы завершился. Мизиано, по сути, не составлял программу, а предлагал кураторов, давал основные директивы. И мы тоже предлагали какие-то имена, но не победили. Третий год помню, как я, он и Маша у меня дома, я на диване под капельницей кричу (я тогда болела), что я хочу Ансельма Франке, а Виктор против. Эта была живая дискуссия. А ты себе как это представляешь? Что он сделал проект, а потом мы у него украли? Мы проделали совместный путь. В конце третьего года ему просто стало неинтересно,

что можно понять.

НАПРЕЕНКО: И это была его инициатива — уйти?

МАВИКА: Никто ему не сказал: «Ты нам больше не нужен». Просто засохла эта история. Я его понимаю, это был его художественный проект, но он не мог его продолжать пожизненно. Вот Мизиано — как раз «фрилансер», он не в структуре фонда. Нам интересно сделать из Кураторской школы что-то постоянное, побольше. Но это наша история. Я даже, мне кажется, храню письмо, в котором Виктор говорит, что в таком формате ему неинтересно продолжать.

«

В каком-то смысле то, что мы делаем, мы делаем для своих детей.

»

ЧУЧАЛИНА: С самого начала мы говорили о том, что Виктор ведет цикл на несколько лет. Потом этот цикл должен смениться на новый формат. Мы декларировали в самом начале, что решения по школе будем принимать вместе с ним. Это нравилось ему все меньше, и в какой-то момент мы должны были принять решение о дальнейшей программе. Он хотел остаться один во всех решениях, брендировать этот процесс...

С уходом Виктора все связи выстраивает только приглашенный куратор, без программного директора.

МАВИКА: Это совпало еще с тем, что Виктор был очень занят, а я требовала, чтобы мы заранее знали, что будет: ведь школа международная, должны приехать люди... А заранее не получалось.

У школы будут и другие трансформации. Я очень рада, что мы делали с Мизиано этот проект, но жалею, что не настояла тогда на том, чтобы делать его с «Манифестой».

Напреенко: В заключение хочу еще раз уточнить. Можно ли сказать, что идея заниматься локальным контекстом исхо-

дила лично от Леонида Викторовича?

МАВИКА: Ты хочешь расставить акценты на том, что пришел олигарх и сказал: «Давай сюда!» Можешь меня пытаться, но это не тот человек! Мне жалко, что вы незнакомы и ты не можешь убедиться в этом лично. У меня была мечта, что мы сделаем целое здание в Венеции! А у него была личная, сентиментальная потребность что-то делать здесь, в России. И, поверь, он не готовится к политической карьере, это я не рекламу ему делаю. Хочешь знать, почему у него такая потребность?

НАПРЕЕНКО: Если у вас есть ответ, то интересно.

МАВИКА: Конечно, есть ответ! Странно, что ты мне не задаешь этот вопрос. Леонида Викторовича все время радует количество молодых людей, которые нуждаются в культуре. Два раза его вытащили на «Винзавод», и там было очень много людей — просто повезло, «Винзавод» тогда только открылся. У тебя нет детей?

НАПРЕЕНКО: Нет.

МАВИКА: Когда у тебя есть дети, ты на них проверяешься. Я пытаю своего ребенка, ему 15 лет: «Какой должен быть музей, чтобы тебе было интересно?» У Леонида Викторовича тоже есть дочка, которая смотрит на мир другими глазами. Ему 60 лет, он инженер из города Самары. Эти неизлечимые три пункта делают человека. А четвертый пункт — он любопытный. Больше, чем любопытный! У него жажда понять, создавать, а еще — очень быстрая реакция. Он все время рассказывает, что, когда попал в Париж со своей маленькой дочерью, хотел пойти в Лувр, а дочка сказала: «Папа, я хочу в Помпиду! Смотри, как там красиво!» Он туда пошел и удивился: «Как так — ей интересно, а я тут ничего не понимаю?» В каком-то смысле то, что мы делаем, мы делаем для своих детей. Когда ты меценат, человек, который готов вложить свои средства из чувства социальной ответственности, тобой движет чувство ответственности перед своим ребенком, перед молодежью, перед другим поколением, перед будущим. У тебя возникает чувство, что, когда у тебя что-то есть, тебе нужно этим поделиться, попытаться вырасти вместе с обществом. Это прекрасный процесс, и в течение этих шести лет Леонид Викторович очень сильно изменился!

Я понимаю, что твоя задача в этом интервью — не рассказать о наших достижениях, а раскрыть внутренние механизмы. У меня нет цели тебе рассказать, что все идеально и что мы знаем, как все будет. Мы растем, и есть трудности,

где-то проваливаемся, где-то недоделываем. Скоро кто-то более опытный придет нам помочь. Но в 2019 году мы откроемся. Понравится — хорошо. Не понравится — тоже хорошо. Создать то, что понравится всем, невозможно. Фонд в своей истории тоже не угадал всех — помнишь, сначала говорили, что у нас только свои художники, что я их продаю, что я с ними сплю! Но мы все равно шли вперед и делаем свой вклад. И пусть каждый по-своему тоже вкладывается.

Публикация интервью вызвала обсуждение в Фейсбуке, которое можно прочесть в тексте «Он стоит с хлыстом» в этом же номере.

Искусство как побочный продукт



Младен Стилинович.
Художник, который
не говорит по-английски, —
не художник. 1992

*Философ и социолог искусства
Людмила Воропай о небескорыстности
частных фондов — заказчиков искусства:
от промышленников послевоенной Германии
до постсоветских олигархов*

«Тот, кто говорит о культуре, вынужден говорить также и об управлении ею, хочет он того или нет», — привычно отрезвляюще диагностировал в 1960 году Теодор Адорно современное ему положение дел в сфере культурного производства и потребления¹. Обращаясь к практикам современного искусства образца года 2016-го, сложно удержаться от парафразы данного тезиса: «Тот, кто говорит о современном искусстве,

¹ См.: T. Adorno. *Kultur und Verwaltung // Gesammelte Schriften*, Bd. 8. — Frankfurt, 1972, стр. 124.

вынужден говорить также и о механизмах его финансирования, хочет он того или нет».

В конечном итоге, проблематика финансирования является на сегодняшний день определяющей, причем не только с точки зрения создания неких культурных продуктов, которые могут быть идентифицированы нами в качестве объектов современного искусства. Прежде всего речь идет о формировании и поддержании существования того культурного, а значит, и институционального контекста, в котором становится возможным и социально значимым сам акт подобного рода идентификации. Иными словами, финансирование становится, выражаясь социологическим языком, условием возможности существования современного искусства как институционализированного пространства профессиональной деятельности. И в этом смысле проблема финансирования искусства, да и культуры в целом оказывается всего лишь частным случаем проблемы управления ими. Ведь в современном обществе финансирование, как все мы знаем не только из социальной теории, но и из личного опыта, является самой надежной, эффективной и изощренной формой управления.

«

**Финансирование
является самой надежной,
эффективной и изощренной
формой управления.**

»

Но обратимся для начала более подробно к анализу системы управления культурой и к критике идеологических импликаций культурной политики, которые предложил Адорно в процитированном выше докладе «Культура и управление». Несмотря на то что прошло уже более полувека с момента написания этого доклада, он все еще не потерял своей актуальности, поскольку мы по-прежнему имеем дело с теми же структурами, формами и механизмами управления искусством

и культурой, которые сформировались в процессе развития институтов буржуазного общества и которые стали предметом его критического рассмотрения.

Прежде всего, рассмотрим ключевую для общественного позиционирования искусства и культуры диалектику «полезного» и «бесполезного», которая в каком-то смысле создает идеологическое обоснование необходимости финансовой поддержки культуры, а значит, и системы культурной политики как таковой. По мнению Адорно, в условиях капитализма основным критерием различения между «полезным» и «бесполезным» является экономическая целесообразность: «бесполезное занимает место того, из чего невозможно извлечь выгоду»². Именно поэтому в буржуазном обществе «культура» и считается чем-то априори «бесполезным».

Речь здесь, разумеется, не идет о том, что Адорно игнорирует способность культурного потребления генерировать экономическую выгоду для самого потребителя *опосредованно*. То есть о том, что несколько позднее Пьер Бурдьё назовет конвертированием символического капитала в капитал финансовый. Адорно указывает прежде всего на тот факт, что сама возможность подобного рода конвертирования существует лишь благодаря базовому идеологическому противопоставлению «полезного» в качестве приносящего экономическую выгоду *непосредственно* и «бесполезного», требующего гораздо более сложных механизмов экономического *опосредования*, когда потенциальная экономическая выгода от «бесполезного» возможна лишь в силу его изначальной идеологической кодификации *именно в качестве «бесполезного»*.

В своем анализе Адорно идет, однако, еще дальше, демонстрируя, насколько «польза» того, что представляется обществу «полезным», сама по себе является достаточно искусственным идеологическим продуктом. Ведь с точки зрения непосредственного удовлетворения биологических потребностей современная финансовая или юридическая система является гораздо более бесполезной, чем даже искусство или гуманитарные науки. Тем не менее «культура», т.е. ее институции и акторы, кокетливо соглашаясь на роль «чего-то “бесполезного”» в смысле экономически невыгодного, добровольно делегирует инстанциям, мнимо «полезным» (например, управленческому аппарату), право принятия экзистенциальных решений в отно-

² *Ibid.* Стр. 129.

шении собственного развития и существования.

Управление культурой Адорно рассматривает как своего рода жертву, как цену, которую культуре нужно заплатить, чтобы выжить при капитализме. Парадокс ее существования заключается в том, что культура «страдает оттого, что ее планируют и ею управляют», но в отсутствие этого управления «она может попросту прекратить свое существование»³.

«

**Исторически значимые
примеры меценатства были чем
угодно, но только не образцом
абсолютно бескорыстной
благотворительности из любви
к искусству.**

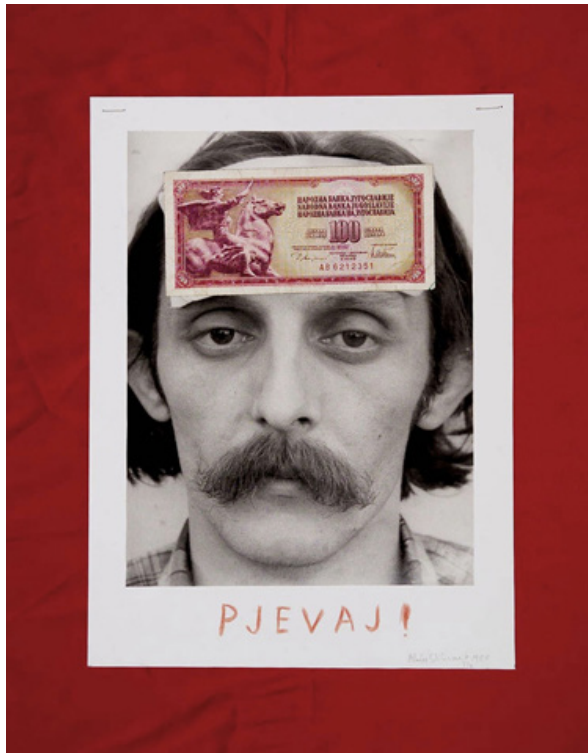
»

Культура лишь в крайне ограниченном объеме может окупаться за счет сбыта своей продукции на рынке, и в силу этого в обществе товарного потребления она изначально пребывает в зависимом положении. Поэтому только посредством администрирования, т.е. управления ею, культура как сфера общественного производства может быть интегрирована в рыночные структуры, да и то лишь «как объект инвестиций временных экономических избытков». По сути, культура получает возможность существования «по милости тех, против кого она восстает»⁴.

² *Ibid.* Стр. 123.

³ *Ibid.* Стр. 133.

Эти слова, сказанные Адорно много десятилетий назад о взаимоотношениях культуры и системы управления ею, очень точно описывают суть сегодняшних взаимоотношений «производителей контента» в сфере современного искусства, с одной стороны, т.е. художников, независимых кураторов, теоретиков и пр., и институций, обеспечивающих финансирование процессов «производства контента», с другой.



Младен Стилинович.
Пой! 1980

В последние десятилетия все более существенную роль в этой системе финансового обеспечения «производства художественного контента» играют помимо традиционных государственных культурно-политических акторов и институтов также частные и корпоративные фонды. Значение частных фондов заметно варьируется в каждой отдельной стране в зависимости от того, насколько в ней исторически обусловлена степень культурно-политической вовлеченности государства. Однако уже с середины 1980-х можно наблюдать одну повсеместную тенденцию: с началом заката государства «всеобщего благосостояния» и ускорения процессов неолиберализации в сфере культурного производства роль частных фондов заметно возросла даже в тех странах Западной Европы, в которых культурная политика традиционно, еще со времен ее рождения из духа абсолютизма, была прерогативой государства.

При этом политика, общественная функция и идеология частных и корпоративных фондов в большинстве случаев столь же внутренне противоречивы, как и сама система современного искусства. Многие из этих противоречий неизбежны уже в силу социально- и культурно-исторической генеалогии фондов как продуктов институциональных трансформаций на пути от меценатства и придворного патронажа, являвшихся по сути изощренными формами накопления символического капитала и борьбы за политическую власть, к прагматичным предпринимательским практикам обретения дополнительных налоговых льгот и диверсификации инвестиционных стратегий.

« В 1990-е Джордж Сорос открыл повсеместно в Восточной Европе свои центры современного искусства, которые немало способствовали насаждению неолиберальной идеологии и усилению позиций откровенно националистически настроенных «деятелей культуры» на всем постсоветском пространстве. »

В социологии искусства уже давно стала общим местом критика попыток проведения жестких концептуальных и функциональных различий между меценатством, спонсорством и деятельностью художественных, культурных и пр. фондов. Строгое разграничение невозможно уже в силу схожести используемых механизмов и инструментов для достижения реальных, или, в терминологии Роберта Мертона, латентных,

а не публично манифестируемых целей и задач. Формально в своих официальных уставах большинство фондов декларирует отсутствие прямых коммерческих интересов в рамках тех мероприятий, которые предлагаются ими и которые программно направлены на поддержку искусства, культурных проектов или даже самих художников непосредственно. Фонды чаще всего пытаются представить себя как современную институциональную эманацию исторической традиции меценатства, которая призвана служить развитию культуры и искусства на добровольной и безвозмездной основе.

При ближайшем же рассмотрении безвозмездность и незаинтересованность благотворителей в своих благодеяниях обычно оказывается не столь уж несомненной. Даже исторический пример Гая Цильния Мецената, римского покровителя искусств, имя которого дало название самому понятию, открывает нам несколько иную картину. Как указывает ряд источников, Меценат, будучи доверенным лицом и советником императора Октавиана Августа, неоднократно оказывал влияние на Вергилия и Горация, добиваясь того, чтобы те в своих произведениях представляли политику Августа в выгодном для императора свете⁵. По выражению одного немецкого социолога, Мецената можно рассматривать как своего рода «эффективного PR-менеджера» античности, которому посредством финансовой поддержки известных поэтов того времени удалось на века прославить своего правителя⁶. И в этом смысле деятельность Мецената оказывается гораздо ближе к спонсорству (в его привычном понимании как опосредованно рекламной и имиджевой деятельности), чем к меценатству в строгом смысле слова.

Также и другие исторически значимые примеры меценатства, как, скажем, поддержка семейством Медичи известных художников эпохи Возрождения от Верроккьо и Микеланджело до Рафаэля и Тициана, были чем угодно, но только не образцом абсолютно бескорыстной благотворительности из любви к искусству.

О долгой истории использования искусства в качестве инструмента политической борьбы, пропаганды и самопозиционирования власть имущих, а также как формы накопления и манифестации символического и экономического капитала

⁵ August Friedrich Pauly u. a. (Hrsg.). *Paulys Realencyclopädie der classischen Altertumswissenschaft*, Bd. XIV, 1. — Stuttgart, 1928, s. 215.

⁶ Martin Witt. *Kunstsporing: Gestaltungsdimensionen, Wirkungsweise und Wirkungsmessungen*. — Berlin, 2000, s. 57.

написаны тысячи диссертаций и монографий. Сегодняшние способы социального использования искусства представителями так называемых правящих элит с этой точки зрения вряд ли могут предложить нечто принципиально новое по сравнению со временами Мецената или Медичи. Но что принципиально изменилось с тех пор, так это те институциональные и организационные формы, которые данное социальное использование, пусть и с прежним по сути целеполаганием, способно принимать. И роль частных и корпоративных фондов в этой связи, бесспорно, является ключевой.



Младен Стилинович

Конечно же, фонд, понятый в широком смысле как некая организационная структура, учрежденная по чьей-то частной инициативе, которая с помощью финансовых средств своих учредителей служит определенной, заранее обозначенной цели, не является чем-то принципиально новым и характерным лишь для нашего времени. Более того, определяемый подобным образом фонд вовсе не является продуктом развития институтов буржуазного общества или модернизации в ее классическом веберовском понимании. В каком-то смысле даже Академию Платона можно рассматривать как своего рода античный протофонд⁷. Не говоря уже о многочисленных средневековых примерах основания на средства отдельных индивидов или семейств монастырей, поселений, а позже больниц, сиротских приютов, богаделен и т.д.

Эта, безусловно, важная предыстория фондов не является тем не менее столь уж релевантной для понимания причин

⁷ См., например: *Rupert Graf Strachwitz, Florian Mercker (Hrsg.). Stiftungen in Theorie, Recht und Praxis. Handbuch für ein modernes Stiftungswesen. — Berlin, 2005.*

возникновения художественных фондов в строгом смысле. Но как раз возникновение именно таких фондов имеет самое непосредственное отношение к процессу становления институтов буржуазного общества, их идеологии и дискурсу легитимации. И в этом новом своем качестве фонды являются достаточно недавним феноменом.

В появлении и распространении частных фондов, направленных на поддержку изящных искусств, нашла свое отражение, с одной стороны, потребность буржуазии воспроизводить — в качестве жеста культурной самолегитимации — придворные практики патронажа и аристократических салонов, с другой же — необходимость создать для этого такие институциональные рамки, которые позволяли бы буржуазии компенсировать исторически вменяемое ей отсутствие определенных культурных компетенций, традиционно представленных в понятии вкуса, делегированием процедур выбора и оценки некоему своду заранее оговоренных правил и формальных критериев⁸.

В то же самое время институционализируемая в виде частных фондов традиция меценатства открывала еще и дополнительные, вполне прагматичные экономические перспективы, которые в полной мере смогли реализоваться уже в XX веке, когда налоговые льготы от благотворительной деятельности в сфере искусства, науки и культуры во многих странах были закреплены законодательно.

Поэтому, когда сегодня мы пытаемся оценить роль и влияние частных фондов на систему современного художественного производства и потребления, мы не должны упускать из виду их социально-историческую генеалогию, а вместе с тем и их фактические, публично никогда не манифестируемые цели. Когда начиная со второй половины XX века крупные немецкие промышленники, предприниматели и концерны стали учреждать свои фонды, нацеленные на поддержку культуры, науки и образования, за этим очень часто стояла необходимость улучшения семейного или корпоративного имиджа, изрядно подпорченного сотрудничеством с нацистским режимом во времена Третьего рейха. Когда в 1950-е годы фонд «Фэрфилд» и другие фонды, во многом на деньги американского

⁸ Например, в случае современных фондов эту роль играют их уставы, программы, тематические акценты, оценки представителей «экспертного сообщества» и пр. В исторической же перспективе отказ от суверенного аристократического произвола вкуса и его замена некими абстрактными принципами могут рассматриваться как свидетельство того, что проект интеллектуальной эмансипации буржуазии так никогда и не был завершен.

правительства и американских спецслужб, финансировали выставки американских экспрессионистов в Европе, их основной целью тоже явно не была поддержка новых художественных течений из чистой любви к инновациям в искусстве⁹. Когда в 1990-е Джордж Сорос открыл по всей Восточной Европе свои центры современного искусства, которые в рамках финансирования художественной активности немало способствовали насаждению неолиберальной идеологии Института «Открытое общество» и усилению позиций откровенно националистически настроенных «деятели культуры» во многих локальных

«

**Публика обладает в цепочке
заказчик (фонд) — производитель
(художник) — потребитель
(публика) скорее идеологически-
легитимационной, нежели
реально экономической
функцией.**

»

филиалах, любовь к человечеству тоже явно не была основной мотивацией биржевого спекулянта. И, наконец, когда в последние годы тот или иной российский, украинский или какой-нибудь еще постсоветский олигарх или просто «очень состоятельный человек» учреждал свой фонд, задачей которого провозглашалась поддержка художественных, культурных и образовательных проектов, забота об имидже и обеспечение «в случае чего» потенциальной поддержки «гражданского общества» едва ли играли здесь меньшую роль, чем чистая верность идеалам просвещения.

⁹ Подробнее см.: *Frances Stonor Saunders. The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters.* — New York, 1999.

Значит ли все это, что подспудные цели деятельности частных и корпоративных фондов априори дискредитируют культурную продукцию, созданную при их поддержке? Разумеется, нет. Существует ли у фондов возможность влиять на содержание, политическую направленность или даже эстетические особенности финансируемой ими продукции путем обозначения конъюнктурного горизонта, активации у своих «подопечных» модуса самоцензуры или же попросту посредством *не-финансирования*? Разумеется, да.

С точки зрения анализа механизмов функционирования художественной системы само искусство, понимаемое как про-

«

Не являются ли «цепи» креативного прекариата самими его средствами производства?

»

изводимый «культурный контент», является всего-навсего побочным продуктом деятельности этой системы и ее структурных элементов — художественных институций. И фонды давно и надолго заняли одну из ключевых позиций в существующем институциональном ландшафте.

При этом чисто экономически их роль довольно парадоксальна: будучи, по сути, заказчиками «художественного контента» у его непосредственных производителей (художников, критиков, кураторов, теоретиков), фонды тем не менее конечными потребителями контента по определению не являются. А сам конечный потребитель, т.е. публика, обладает в цепочке *заказчик (фонд) — производитель (художник) — потребитель (публика)* скорее идеологически-легитимационной, нежели реально экономической функцией. В ситуации, когда сфера художественного производства давно уже стала идеальным

полигоном для обкатки различных моделей постфордистской проектно-базированной экономики¹⁰, отношения между фондом и теми, кого мы назовем «производителями контента», структурно являются отношениями заказчика и исполнителя (т.е. поставщика/производителя товаров, услуг и пр.). В построенной на *фрилансе* производственной модели «креативных индустрий» отношения заказчика и исполнителя являются своего рода эквивалентом отношений наемного рабочего (т.е. «пролетария» в марксовской терминологии) и работодателя-капиталиста индустриальной эпохи со всеми вытекающими отсюда политэкономическими последствиями. То, что основу капитала составляет присвоенный капиталистом труд наемного рабочего, никто из читавших Маркса еще не забыл. Только вот идет ли в данном случае речь лишь о капитале символическом и культурном? И каков тогда коэффициент их конвертации в капитал непосредственно экономический?

Сегодня, с закатом старых добрых патерналистских традиций государственной культурной политики, искусство еще больше, чем во времена Адорно, получает возможность существования «по милости тех, против кого оно [делает вид, что] восстает». И неясно даже, не являются ли «цепи» креативного прекариата самими его средствами производства.



Младен
Стилинович.
Продаем
самоцензуру.
1983

¹⁰ Одной из основных характеристик постфордизма как системы экономического производства (да и всей постиндустриальной экономики в целом) является широкое внедрение так называемых проектно-базированных производственных моделей, т.е. ограниченных лишь временем работы над конкретным проектом (например, выставкой, исследованием, созданием определенного программного продукта) отношений между работодателем (заказчиком) и наемным рабочим (исполнителем), которые являются ключевой причиной сокращения доли долгосрочных трудовых отношений и постоянно возрастающей роли прекариата на рынке труда.

В поисках Безголового. Вымысел на аукционе



Голдин+Сеннеби «Нассау, 6 утра».
Работа была выставлена на выставке
арт-премии Sovereign (о которой
вы можете прочесть ниже)
© Johan Hjerpe, 2008

Шанс стать героем детективного романа об офшорах — лот на «кристис» от Голдина+Сеннеби

Голдин+Сеннеби — так с 2004 года называют свою коллаборацию художники Саймон Голдин и Якоб Сеннеби. В этом номере «Разногласий» Голдин+Сеннеби представляют один из сюжетов своего проекта «Безголовый» («Headless») — лот на аукционе «Кристис», покупатель которого, согласно условиям сделки, становился героем определенной главы романа «В поисках Безголового» («Looking for Headless»).

«Загадочный автор романа “В поисках Безголового” К.Д. (на обложке стоят только его инициалы) рассказывает историю двух художников — Саймона Голдина и Якоба Сеннеби, которые

вступают в коллаборацию с писателем Джоном Барлоу: Голдин и Сеннеби исследуют офшорную компанию на Багамах Headless Ltd., а Барлоу на основании их расследований пишет частично документальную, частично выдуманную детективную историю таинственного убийства, также под названием “Headless” (“Безголовый”). Три главных героя романа все больше впутываются в мир офшорного бизнеса, размышляя о возможных связях между Headless Ltd. и тайным обществом “Ацефал” (от греческого ἀκέφαλος — “безголовый”), основанным философом Жоржем Батаем и кругом его друзей, связанных с Колледжем социологии в Париже, в конце 1930-х.

Голдину+Сеннеби интересно, как в юридических конструкциях офшорных финансовых центров можно увидеть акты создания фиктивного пространства и построения зон невидимости. Отталкиваясь от компании Headless Ltd. и идей Батая об актах исчезновения, художники погружаются в театрализованное дознание того, что не подлежит раскрытию. Расследование Голдина+Сеннеби принимает форму постоянно продолжающегося перформанса, в котором неразделимы субъект, метод и художественное повествование. Они работают, внедряясь в мир офшорного бизнеса и присваивая его методы, язык и стратегии при постоянной смене собственной субъективной позиции».

(Лиза Розендаль, куратор.

[С официального сайта художников.](#))

<http://www.goldinsenneby.com/gs/?p=116>

Ниже мы публикуем:

- видеопрезентацию лота «Вымысел на аукционе», в которой социолог искусства Сара Торнтон объясняет, почему купить работу Голдина+Сеннеби на аукционе «Кристис» — уникальный шанс стать героем концептуальной художественной работы;
- видео с аукциона, где идут торги за лот Голдина+Сеннеби;
- главу романа, в которой появляется покупатель лота на «Кристис» (оплативший тем самым свое появление).

1. Видеопрезентация лота Голдина+Сеннеби «Вымысел на аукционе» на «Кристис». Представляет Сара Торнтон

<http://www.colta.ru/articles/raznoglasiya/13163>

Лот 36 на торгах послевоенного и современного искусства *Christie's* 25 марта 2010 года. Это концептуальная работа *Goldin + Senneby* под названием «*Fiction on Auction*» («Вымысел на аукционе»). Оценочная стоимость — 5000—7000 фунтов. Покупатель, сделавший самую высокую ставку, станет героем романа «В поисках Безголового». Никто, даже *Goldin + Senneby*, не знает, будете ли вы героем или антигероем. Так что это потрясающая возможность доказать, что вы — покровитель искусств с настоящими яйцами. Вы также будете иметь удовольствие участвовать в художественном процессе, сделав заявку на бессмертие, и — кто знает — возможно, через 10 лет работа будет стоить больше, чем вы заплатите сейчас. Если вы решите продать «*Fiction on Auction*», ваше имя будет заменено на имя нового владельца. Сама работа меняется с каждым новым владельцем. Можно сказать, ее провенанс интегрирован в саму ее душу. Так кто такие *Goldin + Senneby*? Это шведский дуэт художников, работающих вместе с 2004 года. Они участвовали в биеннале в Сан-Паулу, у них была сольная выставка на электростанции в Торонто. Вы можете сделать свой вклад в их будущую славу. Вы можете стать первым, возможно, единственным коллекционером их работ, который оказался в нужном месте прежде, чем набегали все остальные.

Должна признать, что есть один архитектор в Норвегии со страстным, даже чудовищным аппетитом к их работам, но вы сможете с легкостью его побить. *Goldin + Senneby* — серьезные интеллектуалы, а не какие-то простофили, они даже читают книги. Большое влияние на их лот 36 оказал роман Томаса Пинчона «Выкрикивается лот 49». Как Пинчон и вообще многие коллекционеры, *Goldin + Senneby* оберегают свою приватность, они обожают эстетику телефонных ставок, так что даже если вы предпочитаете лично присутствовать в аукционном зале, пожалуйста, делайте ставки по телефону. *Goldin + Senneby* ценят драматичность конфиденциальности и ее разоблачения. Их роман «В поисках Безголового» рассказывает о потерянном тайном обществе с офшорами на Багамах. Вы можете спросить: они что, социалисты? Честно говоря, я не в курсе. Они шведы!

Вы можете спросить: а роман-то хороший? Очевидный ответ — какая разница? Это концепт, а самое замечательное в концептуальном искусстве в нашем глобальном мире электронных сообщений — что его доставка почти ничего не стоит, накладные расходы маленькие и заполучить его проще простого.

2. Видео торгов за лот

<https://vimeo.com/193025139>

3. Роман «В поисках Безголового». Глава шестая

Они приезжают как раз вовремя. Джон Барлоу выходит из такси, бросает взгляд на золотой курсив приглашения, затем поднимает глаза на здание. С ним вместе мистер Алистер Эпплтон, высокий и элегантный, в хорошо сидящем сером костюме, с той всезнающей полуулыбкой, которую он надевает во время своих телевыступлений.

Что до Барлоу, он — оборванец, даже когда пристойно одет, и если сегодня он приложил к этому усилия, то весьма скромные: старый шерстяной пиджак, черные джинсы, белая рубашка в синюю клетку. Это, надо полагать, его выходная персона, так он одевается, когда он на сцене, в таком точно наряде он выступал на багамском солнце, в Италии и в Норвегии.

«

**Потрясающая возможность
доказать, что вы —
покровитель искусств
с настоящими яйцами.**

»

Сейчас прохладный вечер в Лондоне. У Джона Барлоу, кажется, отсутствует температура тела.

Он в Лондоне для того, чтобы посетить гала-аукцион арт-премии *Sovereign*. Очаровательный, телегеничный м-р Эпплтон, старый университетский друг, — его спутник на этот вечер.

Первая премия *Sovereign Prize* — \$40 000, а в жюри входят сэры Питер Блэйк и Джарвис Кокер. По мнению Барлоу, все это часть игры.

По дороге в Сити он пытается объяснить ее суть м-ру Эпплтону. Пока их черный кэб тащится по вечерним пробкам, Барлоу, пожалуй, слишком часто употребляет слово «странный», в то время как друг его проявляет к разговору лишь умеренный интерес. По какой-то причине Барлоу не упоминает о том, что за ним следит К.Д., хотя время от времени озирается в поисках камеры. Что до Джейми Райта, то он исчез. Больше сказать об этом нечего.

Сомерсет-Хаус — массивное здание на берегу Темзы, его мрамор искрится в серебряно-голубом свете, который, кажется, льется на здание отовсюду. Вход в галерею несколько приглушен, он не кричит о себе, есть что-то приватное и располагающее в интровертности темного стекла, усиленной присутствием охранника, который почти незаметен, но все же умудряется казаться угрожающим.

Все еще с приглашением в руке, Барлоу подходит к стойке администратора. Он знает, что его имя в списке, но, кажется, все же боится, что его не впустят, как бродячая собака, которая пытается пристроиться к хорошо выдрессированным пуделям на поводках в парке.

Несколько поодаль стоит м-р Эпплтон и рассматривает вход; он не волнуется, что его не пустят. Когда м-р Барлоу и его спутник получают одобрителный кивок, Эпплтон шествует внутрь, высокий и статный. Он не дворняга.

Из гардероба Барлоу и Эпплтон следуют в бар, где наливают розовое шампанское, а затем непосредственно в галерею. Их внимание привлекает десятифутовое полотно, висящее справа от них. «*Sweetspots*» Мартины Навратиловой представляет собой следы от ударов теннисных мячей, обмакнутых в цветные краски. Барлоу останавливается и смотрит. Десять, пятнадцать секунд — м-р Эпплтон уже двинулся дальше с каталогом и розовым шампанским в руках. Барлоу отпечатки мячей мисс Навратиловой особо не волнуют. Он уже озирается в поисках «Нассау, 6 утра» *Goldin + Senneby*.

Сегодня фонд *Sovereign* предстал во всей своей респектабельности. Коллекционеры — некоторые с русским акцентом — беседуют с дилерами и агентами, кивая и жестикулируя со сдержанным изяществом, в то же время сканируя помещение глазами. Есть тут и кучка художников, которые выглядят менее

уверенно, не в своей тарелке, — дворняги. Время от времени состоятельные дилеры подзывают одного из своих подопечных, чтобы представить его группе коллекционеров. Они склоняются, исполненные благожелательности и юмора, к художнику, слушая, что он говорит, подобно тому, как кронпринцы могли когда-то слушать любимого придворного карлика.

«

Самые крупные покупатели, как правило, не платят слишком много налогов.

»

Сами художники нервничают, ожидая, когда огласят победителей. Сегодня они могут заработать несколько тыщенок, учитывая, что после объявления победителей все выставленные работы будут проданы с аукциона. Спад глобальной экономики все еще оказывает влияние на арт-рынок. «Черт дерит субстандартные кредиты!» — восклицают они шутя. Ах, если бы они стали финалистами пару лет назад. Еще стоя в пробке, Барлоу потратил много сил, чтобы описать Эплтону мрачную реальность офшорных финансов, подчеркивая, что фонд *Sovereign* — мировой лидер офшорного менеджмента. Впрочем, сегодняшний гала-аукцион был полной противоположностью этой мрачности. Гламур по высшему разряду, фонд *Sovereign* будет выглядеть максимально культурно и социально ответственно: половина вырученных от продаж средств пойдет на городскую благотворительность того или иного рода. Какую именно, Барлоу не в курсе.

Гала-аукцион — это еще и бизнес. Бизнес *Sovereign*. Каждый коллекционер — потенциальный клиент. Самые крупные покупатели, как правило, не платят слишком много налогов, сообщил Барлоу своему другу, и глаза его сверкнули. Люди с серьезными доходами выводят их в офшор и славно и надежно хранят деньги там, где нет подоходного налога. Те, кто сегодня будет швырять по 10 кусков на картину, должны были бы отдать эти деньги на налоги; вместо этого половина пойдет

художнику, а другая половина — на ту или иную благотворительность. *Win-win*.

Такого рода морализаторство было новой чертой в характере Барлоу, и м-ра Эплтона оно не убедило. Еще в такси, сокрушаясь о Sovereign и их клиентах, Барлоу напоминал умного подростка, до которого только что дошло, что в мире есть не только правда, но и некоторые противоречия. Он также был очевидно заворожен видом роскошных одежд культурности и достатка, в которые рядятся офшоры. Сегодняшний благотворительный аукцион мог бы потрясти его своей чудовищной двуличностью, но все же что-то в его речи выдавало желание быть частью этого креативного, не облагаемого налогами и увлажненного шампанским мира. На выставке становитсялюдно. Барлоу и Эплтон стоят в дальнем конце галереи, беседа друг с другом, время от времени сверяясь с каталогом. Привлекательные официантки в черных передниках и костюмах скользят мимо с горячими канапе. Барлоу хватается что-нибудь с каждого подноса, который оказывается в пределах досягаемости. Он также налегает на шампанское; осушая один бокал, он уже держит в левой руке другой, полный, ухитряясь к тому же между большим и указательным пальцами зажимать блинчик с икрой и лососем.

Эплтон отчаливает, чтобы поговорить с сэром Питером Блейком. Барлоу двигается к стене с «Нассау, 6 утра». Черно-белая гравюра: солнце сияет в небе, безголовый человек бежит вдоль пустынного пляжа. Человек голый и отправляет к обложке Андре Массона для журнала «Ацефал», на которой изображен человек с пылающим сердцем и кинжалом в руках, — картинке, с которой и начались поиски Безголового.

Одно ясно наверняка, говорит себе Барлоу: *Goldin + Senneby* не делают картинки, они попадают в шорт-листы международных арт-премий не за картинки. Нет, «Нассау, 6 утра» — это подсадная утка. Что бы там ни замышляли наши приятели из Стокгольма, все это часть игры. Картинка также заставляет Барлоу задаться вопросом, тут ли этим вечером Джейми Райт.

Он пялится на «Нассау, 6 утра». Очевидно, у Безголового несколько аудиторий. Он вычитал это в журнале *Geist*, распечатка из которого лежит у него сегодня в рюкзаке вместе с другими полученными недавно документами. Статью написала куратор Ким Эйнарсон, которую он встретил в Осло и которая также присутствовала на встрече в Tower 42 в Лондоне, в то время как сам Барлоу был в Нассау. Он считает Ким

сообщницей, еще одним действующим лицом в пьесе Безголового, и с удовольствием вспоминает свой приезд в Норвегию. Это было примерно тогда, когда он только сживался со своей ролью, сидя на розовом ковре в окружении пластиковых цветов, наблюдая за своим превращением в Джона Барлоу. Видеодокументация с Гибралтара проносится у него в голове. Статьи в журналах? Картинки с выставок? Возможно, это больше, чем игра. Возможно, они действительно доберутся до правды о Безголовом.

«Что-то мне это напоминает», — произносит высокий человек с серебристой сединой, в кремовых брюках, блейзере и розовом шелковом галстуке.

«

**Фонд Sovereign будет
выглядеть максимально
социально ответственно:
половина вырученных
от продаж средств
пойдет на городскую
благотворительность.**

»

Он поворачивается к Барлоу с милым, хотя и сосредоточенным выражением на лице, почти мальчишеском, несмотря на годы. Затем он снова смотрит на картинку.

«Интересное совпадение, еще и эти брызги от теннисных мячей».

Барлоу не отвечает.

«Простите, — говорит человек в блейзере, — мысли вслух».

Барлоу улавливает американский акцент. Этот человек накоротке с искусством. Он смотрит на картины так, как будто они соревнуются за его расположение.

«Я имею в виду, — продолжает американец, — что вот это, — он кивает в сторону безголового человека на пляже, — напоминает картинку Андре Массона».

«Обложку “Ацефала”», — говорит Барлоу, довольный своей осведомленностью.

«Ах, вы интересуетесь “Ацефалом”! Удивительно!»

«Я мало об этом знаю», — немедленно добавляет Барлоу, не желающий продолжать дискуссию о Массоне, чтобы не обнаружить глубину своего невежества.

«Он был сюрреалист, друг Батая, вы же знаете?»

«

**Что-то в его речи выдавало
желание быть частью
этого креативного,
не облагаемого налогами
и увлажненного
шампанским мира.**

»

«Да, Жорж Батай».

«Вот именно. Он первый придумал технику “автоматического рисования”. Вы буквально позволяете карандашу делать что он хочет. Получаются очень интересные результаты».

«Понимаю», — говорит Барлоу, хотя это совсем не так.

«“*Sweetspots*” весьма напоминает эту технику». Оба смотрят на красочный холст Мартины Навратиловой со случайными отпечатками теннисных мячей. «Своего рода автоматическая живопись!» Американец оглядывает галерею. «Интересно, работал ли тут кто-то еще в этом направлении?»

«Для этого надо знать об “Ацефале” и помнить, что обложку делал Массон», — вворачивает Барлоу.

Американец кивает, возвращаясь к «Нассау, 6 утра», чтобы изучить работу еще внимательнее.

«Да, — тянет он задумчиво, — вы правы. Такого рода знание выделяет вас из толпы. Но, честно говоря, это не лучший парафраз “Ацефала”. Его можно легко не заметить. Я имею в виду — о’кей, безголовый человек, но это не лучшая работа».

«Не лучшая? Вы имеете в виду гравюру?»

«Что-то в том, как она сделана, — говорит он, помахав рукой перед картинкой, будто обвиняя художников, — что-то скрытое, но выдающее себя. Слишком дотошно исполнено. Или это нарочно?»

«Не уверен».

«Это убедительно, — говорит американец, — но это не искусство».

«Нет?»

«Нет. Это как реклама. Плохо сделанная. Реклама ради рекламы!» Эта мысль его явно забавляет. «Как будто чего-то тут все же не хватает».

Он широко ухмыляется, осуждая работу *Goldin + Senneby* и оглядываясь на другие экспонаты.

«А! — говорит он, залезая в нагрудный карман своего блейзера. — Моя карточка. Лео Тройя, приятно познакомиться. Продолжайте осмотр!»

Барлоу берет карточку и читает набранный просто и мелко текст:

«Леонардо Тройя

Art Discovery Ltd.

Los Angeles».

Когда он поднимает глаза, американца уже нет.

Справа от Барлоу возникает внезапное оживление. Какое-то изменение в тембре гула толпы. Вот и она. Мартина Навратилова, стройная и хрупкая на вид, в великолепном черном пиджаке и брюках. По сторонам от нее — мужчины в костюмах. За десять лет ее лицо ничуть не изменилось. Мгновение — и она исчезла. Барлоу ищет в толпе высокого американца, но и того уже нет.

Так что он остается в одиночестве и смотрит на белоснежную карточку в своей руке. Алистер Эплтон на другом конце галереи рассматривает полотно, изображающее кораблекрушение, Мартина Навратилова только что продефилировала мимо, а прекрасная гравюра безголового Джейми Райта находится позади него. Или нет? Может, это твое изображение, Джон? Кто отправился в Нассау, чтобы найти безголового? Это был ты. Нассау в 6 утра, ранний старт, биологические часы вышли

из-под контроля. Это был ты, Джон. В Нассау в 6 утра.

Он быстро пробирается через толпу, почти бегом, выставленная вперед рука помогает проложить дорогу через море черных пиджаков, стоящих между ним и выходом. В гардеробе он просит служителя выдать ему его рюкзак.

«А ваше пальто, сэр?»

«Нет, только рюкзак».

Он открывает его и вынимает пухлый конверт, из которого вытаскивает пачку бумаг и перебирает их, пока не находит распечатку.

«Дорогой Саймон Голдин,
абсолютно потрясающее исследование!

«

Шампанское выливается из уголков его рта и течет по подбородку.

»

Не удивлен, что Андре Массон был связан с таким обществом, как “Ацефал”. Как вы наверняка знаете, в 1920-х он был близок к парижским анархистам и делал весьма загадочные, крайне символические работы.

Моя первая мысль, что если эти общества и не были связаны, то, во всяком случае, секретные общества в межвоенный период были весьма распространены (и, возможно, продолжали существовать после войны). Это феномен, заслуживающий исследования. Таким исследованием вы, очевидно, и заняты, и мне было бы очень интересно больше узнать о нем или о других исследованиях, о которых вы сможете мне сообщить. Многие из нас обладают, как вы знаете, определенным знанием, которое ставит нас вне рамок даже наиболее интеллектуального академического мейнстрима. Возможно, находясь настолько в стороне от общепринятого образа мыслей, мы нуждаемся в сообществе единомышленников, но ирония в том, что большинство подобных нам — одиночки, о чем, я уверен, вы догадываетесь.

Всего наилучшего,
Лео
Леонардо Тройя
Art Discovery Ltd.
Los Angeles»

Барлоу засовывает распечатку обратно в рюкзак и возвращается в основную галерею. Цветные пятна на картине Навра-тиловой кажутся чудовищно кричащими и назойливыми. Гул толпы оглушает, в помещении настолько людно, что официантки с канапе буквально протискиваются сквозь толпу, не успе-вая добраться и до середины комнаты, прежде чем вся еда оказывается разобрана.

Барлоу хватает одну тарталетку за другой, королевские креветки на шпажках, микропирожки с брынзой, блинчики. Ему надо поговорить с Леонардо Тройей, но высокого амери-канца нигде не видно.

Какофония достигла пика. Нежно, но уверенно гости удержи-вают бокалы и канапе в тесных зазорах между своим телом и окружающей толпой. Тройя? Джейми Райт? Он понятия не имеет, где они, запихивает в рот побольше канапе и жует, запрокинув голову, так что шампанское выливается из уголков его рта и течет по подбородку.

Он уже некрепко держится на ногах, но, сделав выпад к ближайшему подносу, достает две шпажки, обе с маленькими сосисочками. Официант старается подставить поднос поудоб-нее, указывая на соусник с горчичной подливой. Но толпа уже влечет Барлоу в другом направлении, как астронавта, оторвав-шегося от своего троса во время выхода в открытый космос и уносящегося в забвение, прочь от горчицы. Он кусает сначала одну сосисочку, затем другую.

По мере приближения аукциона гул толпы утихает. Шикарный м-р Эплтон теперь беседует с одетой во все крас-ное мисс Надей Хебсон (художницей, которая вот-вот возьмет премию). Барлоу, покачиваясь, стоит прямо за ними с бледным и потным лицом.

Начинаются речи. М-р Ричард Маркс, основатель и пред-седатель фонда *Sovereign*, имеет кое-что сказать о своей ком-пании. Но не слишком многое. Сегодняшний вечер посвящен искусству и благотворительности. Он представляет черную женщину в традиционном африканском платье, которая убеж-дает публику врубаться и тратить, тратить, тратить. Барлоу удивляется непринужденности происходящего. Ему кажется,

что над сценой должна полыхать надпись «ЛИЦЕМЕРИЕ». Благотворительность в пользу увечных лепреконов, беспризорных мышей или черт знает кого еще приветствуется теплыми аплодисментами. Ни капли иронии. Барлоу, пьяный, оглядывается в растерянности. Его друг, м-р Эплтон, аплодирует. Все аплодируют лживой щедрости офшорных активов.

Затем оглашают лауреатов. Она прямо за тобой! Надя Хебсон, моложавая, с оттенком горечи в улыбке, получает первую премию из рук Ричарда Маркса, человека, который — какое совпадение — ее и номинировал.

«

**Благотворительность
в пользу увечных лепреконов,
беспризорных мышей или черт
знает кого еще приветствуется
теплыми аплодисментами.
Ни капли иронии.**

»

Подумайте. На премию были сотни претендентов — в основном номинированных профессионалами арт-мира (или Ричардом Марксом). Работа *Goldin + Senneby* была номинирована двумя людьми, одна из них — Миа Янкович, куратор лондонской галереи *Gasworks*, в которой уже выставлялся их проект «Безголовый» — проект, исследующий компанию, управляемую фондом *Sovereign*. «Нассау, 6 утра» — вымышленная история, в которой речь явно идет о компании, спонсирующей сегодняшнюю премию. Той самой компании, чьи юристы без передышки бомбардировали шведских художников своими распоряжениями по поводу «Безголового». Упоминается ли об этом в каталоге? Нет. Все, что должен знать покупатель, — эта картинка на стене. Плохо сделанная реклама.

Goldin + Senneby? Гравюра, которую они почти наверняка

даже не сами сделали? Номинированы уважаемыми людьми из арт-сообщества? Он выпивает еще шампанского. Увечные лепреконы, ура! Увечные подсадные утки, Джон. Не дай себя этим одурачить. Правда на дне премии *Sovereign*. Но суверен не здесь. Безголовый не здесь.

Улыбающаяся Надя Хебсон возвращается в зал с конвертом в руке. «Что за черт! — говорит он себе. — Наслаждайся!»

На сцену вышел аукционер из *Christie's*. Он не шутит шуток. И вот уже ставки на выставленные работы летят со всех сторон. Половина выручки идет увечным уткам! Будь богатым! Наслаждайся!

И он наслаждается. И все наслаждаются. Аукционеру приходится делать усилие, чтобы его было слышно, — несмотря на то что микрофон работает на полную. Объявлен лот «Нассау, 6 утра». Барлоу ставит себе барьер в 2000 евро. За эту цену он возьмет гравюру домой и сожжет ее или разрешит сыну раскрасить ее мелками. Ставки достигают 3000 евро за секунды. Он не успевает заметить, кто в итоге ее покупает, так быстро все происходит.

Вокруг лауреатки премии образуется свита, и Барлоу оказывается в самой ее гуще. Тут и стопки водки, и шампанское, и Барлоу то и дело выпивает то одно, то другое, обращаясь к тем, кто стоит возле, с просьбой подержать его стакан, если мимо проносят канapé. Он говорит Наде Хебсон о «Безголовом», спрашивает, хочет ли она попасть в роман, — во рту у него каша. Он говорит, что ему нравится ее платье. Это настоящий Жан Варон 1970-х годов, отвечает она. Жан Варон был вообще-то мужчиной, Джоном Бейтсом.

«Жан Варон. “Жан” по-французски “Джон”, — сообщает он, перекрикивая шум, — а “варон” по-испански “мужчина”».

Надя впечатлена, думает он, несмотря на то что она начинает от него отодвигаться. Он ищет взглядом еще водку. Надя. Nadie по-испански «никто». Никто Хебсон, фамилия с ничем вместо имени? Безголовая фамилия? Полная хрень. Полная хрень, говорит он себе и выпивает еще стопку.

Запрокинув голову, чтобы алкоголь лился прямо ему в глотку, он замечает на другом конце сцены, ближе к углу галереи, Ричарда Маркса. Маркс сидит в позе глубокой задумчивости, как «Мыслитель», подпирая подбородок кулаком. Говорит с ним Леонардо Тройя, его серебристые волосы аккуратно причесаны, блейзер сидит отлично. С Тройей женщина, высокая, темные волосы, черные очки и достаточно золота, чтобы

быть арестованной в аэропорту Йоханнесбурга за контрабанду. Но лицо, линия носа, смуглая кожа идеальны. Кэтрин Бэнкс.

«Ну пойдём! — выкрикивает кто-то, и толпа движется к выходу. — “Бунгало8”!»

Он замирает в растерянности. А когда снова смотрит в ту сторону, ее уже нет. Он продолжает оборачиваться, пока ноги несут его из комнаты.

В попытке удержать равновесие он снова видит ее, уже ближе, она приближается, плавно двигаясь сквозь толпу, как будто не ощущая ее сопротивления. Он чувствует, что снова начинает наклоняться, но впереди стоящие, хохоча, спасают его, возвращая в вертикальное положение, его, Барлоу, похотливого идиота, над чьим пьяным шатанием потешаются все вокруг.

«

ТЫ — ЭТО ТВОЯ Google-history!

»

Тогда она проходит мимо него, запах ее духов ударяет ему в нос, ее рука на миг оказывается так близко к нему, голова повернута в другую сторону, ему остается видеть лишь ее блестящие черные волосы. Но это она, она без усилий удаляется сквозь толпу, исчезая из поля зрения, и он еще раз теряет равновесие и падает.

Леонардо Тройя и Ричард Маркс? Кэтрин Бэнкс? Не может быть, что это она. Яркие пятна краски пляшут у него в глазах. Он на выходе, который вертится перед ним. Зачем ей тут быть? Надо подышать воздухом. Комната кружится. Все валят наружу.

Они совершают бессмысленный переход в «Бунгало 8», эксклюзивный ночной клуб, чьи завсегдатаи — принц Гарри и богатейшие лондонские детки. Заведение окончательно выбивает их из колеи — Эплтона потому, что он завязал с цирком медиазнаменитостей, а Барлоу потому, что он просто не понимает, где находится. Надя Хебсон и ее партнер сталкиваются с ними на выходе; они даже не заказали себе выпить.

Алистер Эплтон живет в комфортабельном викторианском

доме с террасой. Барлоу выкуривает в саду сигарету, потом другую. Выпивает бокал вина, пока его друг заваривает себе чай. После этого Барлоу ведут в гостевую. После колледжа прошло двадцать лет, поэтому проговорить всю ночь не получится.

Снимая пиджак в комнате для гостей, он обнаруживает в одном из карманов конверт. Он не заклеен, на нем нет адреса. Удивленный, Барлоу сидит на кровати, открывает конверт и вытаскивает где-то десять листов с печатным текстом. Каждая страница заполнена. Листы не пронумерованы. Заголовка нет, нет начала, нет конца, просто последовательность плотных параграфов, почти без полей. Он так пьян, что ему тяжело сфокусироваться на буквах и приходится подносить листы к глазам.

Список покупок. Он читает несколько верхних строчек, затем пробегает всю страницу, не в силах понять, о чем речь. Он возвращается к началу страницы. Список покупок двухнедельной давности. Каждый купленный товар сопровождается информацией об аналогичных покупках за последние пять лет, матрица данных о марках кофе, зубной пасте и консервированных томатах. Другой листок: подробности о спецпредложениях, которые привлекли его в супермаркетах, со ссылками на предыдущие предложения и покупательские решения, насыщенная сеть информации, основанная на одной покупательской корзине.

На другой странице находились настолько же подробные выкладки о праздном веб-браузинге, о рекламных ссылках, на которые он нажимал. Каждый сайт, на который он заходил, каждый переход по каждой ссылке, сколько времени он там провел, когда кликнул, чтобы зайти, когда кликнул, чтобы выйти.

Google — это такая подстава! Ты — это твоя *Google-history*! Что до его мыслей, то по ссылкам несложно проследить их ход. Зачем он искал, с кем связаны члены жюри премии *Sovereign*? Бесконечные поиски по запросу «Джейми Райт», «Ацефал», даже «Джон Барлоу».

На другом листе — поиск полетов в Нью-Йорк, классических машин, ретро-телефонов, продакт-серфинг как исполнение желаний, погоня за случайным знанием. Он проводит больше времени с Википедией, чем с женой.

Потоки кликов: огромная несовершенная модель человеческого мозга. Цифровая ДНК. Ты — это числа, Джон. Доступный через миллионы каналов нулей и единиц. Куда ты ходил, что делал, какие вопросы задавал, сколько тратил, какое пил пиво. Ты на виду, Джон, ты виден с бесконечного числа разных

ракурсов. Самая заметная личность, какую можно представить. И прямо сейчас на тебя тоже кто-то смотрит.

Он прекращает читать и озирает комнату. Вино, водка. Он с трудом понимает, где находится. Открытый конверт лежит на постели. Снова взяв его в руки, он замечает, что внутри есть что-то еще, бумажка поменьше, вырезанная от руки. На ней — напечатанное на домашнем принтере изображение глаза.

Перевод главы романа «В поисках Безголового» с английского — Александра Новоженова

«Стать профессиональной домоправительницей и заниматься благотворительностью»



Семья Мамонтовых.
Фотография

*Социолог Елена Рождественская
о меценатстве как символической
раздаче долгов и о его роли в семьях
постсоветской буржуазии*

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: В России сейчас социальными и культурными проектами часто занимаются жены и дочери крупных бизнесменов и олигархов, получивших свои состояния в процессе первоначального накопления капитала в постсоветское время. Есть множество примеров: «Винзавод» основала Софья Троценко, жена Романа Троценко, фонд «Стелла» — Стелла Кесаева, жена Игоря Кесаева, «Гараж» — Дарья Жукова, партнер Романа Абрамовича и дочь Александра Жукова, Vaibakov Art Projects — Мария Байбакова, дочь Олега Байбакова... Ну или пример чуть другого рода: Татьяна Мрдуляш, дочь ви-

це-премьера Ольги Голодец, в Третьяковке теперь занимается, среди прочего, фандрайзингом. Устанавливается символическая связь меценатства и семьи — как в случае фонда «Виктория», названного в честь дочери основателя фонда Леонида Михельсона. Эта ситуация связи семейственности и фондов распространена в западных странах (можно вспомнить Фонд Билла и Мелинды Гейтс). Похожая ситуация была в буржуазных и дворянских семьях до революции, когда благотворительно-стью часто занимались именно женщины.



Семейный портрет тагильских купцов. Автор неизвестен. XIX век

Вы проводили исследование детей российской финансовой элиты, берете у них интервью — не могли бы вы немного подробнее об этом рассказать? Что ваше исследование говорит о связях меценатства и семейных установок новой крупной буржуазии?

ЕЛЕНА РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Социальная выборка, с которой я работала в моем исследовании, посвященном вопросам отношений поколений в семье, — от нижней границы списка Forbes и выше, вплоть до так называемых олигархов. Безусловно, я не могу оперировать именами, потому что это были анонимные интервью, но я могу сформулировать некоторые тенденции, дать ориентиры в исследовании этого сюжета.

Второе исследование, которое я сейчас веду, связано больше с социально-экономическими перспективами и стратегиями, в качестве выборки взята федеральная и региональная элита. Здесь также я могу делать наблюдения, опять же без имен.

О дореволюционных сюжетах существует, конечно, масса более компетентных исследователей, чем я, специально этой темой я не занималась. Но меня интересовал пример женщины, которая была одной из самых известных благотворительниц в России, — Софьи Владимировны Паниной, внучки министра юстиции Виктора Никитича Панина и промышленника Сергея Ивановича Мальцова. За меценатской деятельностью

«

**По отношению к деньгам
в последнем поколении
формируется сложная, не
вполне сознаваемая установка,
которая затем реализуется
в деятельности, связанной
с избавлением от этих денег.**

»

у нее стоит очень интересный биографический опыт, что говорит о неоднозначности и сложности предъявляемых мотивов благотворительности, идеология которой вырастает на пережитом прошлом. Так же и сегодня: есть мотивы для занятия благотворительностью, которые озвучиваются, но почему люди этим занимаются на самом деле — всегда глубоко интимный вопрос.

НАПРЕЕНКО: А какая была мотивация у Софьи Паниной?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Была большая династия графов Паниных, статусная состоятельная аристократия, которая накапливала богатство в нескольких поколениях. Дед Софьи, как я ска-

зала, был министром. Ее мать, потеряв мужа в результате несчастного случая, влюбилась, говоря сегодняшним языком, в оппозиционера, земского деятеля Ивана Ильича Петрункевича, революционера. Не бомбиста, но он вынашивал планы по свержению самодержавия. Выйдя за него в итоге замуж против воли родственников, мать Софьи стала потихонечку давать деньги на революцию.



Константин
Маковский.
Групповой портрет
М.С.Волкова,
С.Н.Волковой
и С.М.Волкова-
Манзея.
Около 1898

Эта ситуация вызвала колоссальный и жесткий конфликт в семействе, дочь у нее отобрали, поместили в Институт благородных девиц, и она общалась с родственниками в присутствии институтской дамы, потому что за матерью должен был быть контроль. Так угроза потери богатства привела к разрыву человеческих связей внутри семьи, и, видимо, — это уже моя реконструкция — для девочки деньги получили отрицательную аффективную ценность, ведь из-за них отношения в семье потерпели крах. Поэтому, обладая, как наследница, колоссальными деньгами, Софья стала эти деньги раздавать на благое дело.

Она выстраивала свои проекты для женщин, которые приезжали в город на заработки, им и были предназначены курсы белошвеек, общежития. Она спонсировала строительство общежитий для бездомных, бесплатных столовых для детей в рабочих кварталах на Лиговке в Петербурге, знаменитый Лиговский народный дом. Софья была единственной женщиной во Временном правительстве — одним из руководителей

партии кадетов, после Октябрьской революции ее арестовали, но вытащили из тюрьмы благодаря ее колоссальным связям. Она сначала уезжает в Чехию, затем в Штаты. И при этом кормит свою мать и ее мужа-революционера, которые от нее экономически зависят.

Вся история их семьи с накоплением богатств, а затем их раздачей в рамках этой идеологии помощи — богатств, большая часть которых была впоследствии экспроприирована большевиками, — показывает, что по отношению к деньгам в последнем поколении формируется сложная, не вполне сознаваемая установка, которая затем реализуется в деятельности, связанной с избавлением от этих денег. Пример Софьи Паниной, сам по себе достойный всяческого уважения, заставляет осторожно относиться к идее чистой помощи и благотворительности.

«

**— Дочери чаще выбирают культурную деятельность?
— Обычно они не выбирают, им это остается.**

»

Понятно, что в советское время ни о какой частной благотворительности речи практически не шло. Затем, в перестройку и постсоветское время, когда стартовали начальные капиталы, тема меценатства снова стала актуальной.

Общее наблюдение, которое я могу сделать из моего исследования, — никаких накопленных богатств у сегодняшних представителей этого сегмента общества не было. В большинстве своем это даже не дети номенклатуры, «красных профессоров», крупных инженеров или директоров предприятий, хотя такие есть. Многие из них — дети крестьян, рабочих, поэтому можете себе представить взлет социальной мобильности по сравнению с родительским поколением у тех, кому сегодня 45, 50, 55.

Поэтому меня как социолога интересует освоение новой социальной роли и в то же время связь с предыдущим поколением, от которого они так отделились. Ведь связь поколений дает человеку основы идентичности, ответ на вопрос, кто я такой и как я стал таким. Поэтому здесь речь не о воспроизводстве моделей социальной мобильности, а об их разрыве. Я задавала третьему, самому младшему, поколению этих семей, детям первых постсоветских бизнесменов, такой хитромудрый вопрос: какой символический месседж можно сформулировать, если вспомнить разговоры внутри семьи, — послание от бабушки к отцу и далее к вам и от бабушки к матери и к вам. И было хорошо видно, что в качестве такого месседжа от бабушки, происходящего из простой среды, к отцу передается выживаемость, психологическая устойчивость, а моральные установки большей частью передаются женщинами: быть честным человеком или человеком, который сам себя уважает. Далее уже идет более гендерная дифференциация: отцы рекомендуют детям состояться, быть профессиональными, честными, расти в социальном и профессиональном плане, а матери желают детям личного счастья. Наконец, в третьем поколении сыновья в большей степени, чем девочки, нагружены тяжелой задачей — сохранить и приумножить передаваемое благосостояние.

НАПРЕЕНКО: В чем отличие позиций сыновей и дочерей крупных бизнесменов?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Семья крупного и среднего бизнесмена как система тесно связана с системой бизнеса и системой благосостояния. Формат семьи основного владельца капитала — сложносочиненное предложение. Наши крупные бизнесмены чаще всего женаты неоднократно, поэтому у них много детей. Получаются сложные семейные системы, создающие проблемы наследования, преемственности.

Поэтому наше исследование и возникло тогда, когда подросли дети, а родители, первое поколение постсоветских бизнесменов, подошли к планке 50 лет и возник вопрос: а дальше что? Готовы ли дети принять управление бизнесом? Или они только бенефициары? Системная связь благосостояния, бизнеса и семьи заставляет думать, что не так просто передать детям бразды правления предприятием, ведь есть еще и корпоративная культура. Знания, навыки — с одной стороны, но также еще и система отношений, аффекты, привязанности, ожидания — с другой.

К девочкам отношение в семьях трепетное, их любят,

но мы живем в контексте достаточно традиционной семейной культуры, а сейчас наблюдаем еще и ретрадиционализацию этого контекста, консервативный поворот — это рамка того, что происходит в целом.

В результате отцы, видя жесткость и конкурентность ведения бизнеса, особенно в крупном его формате, понимают, что предложить девочке с прекрасным образованием, зачастую перекрывающим уровень образования мальчиков в этой же семье, работать в этой среде — это вызов. Тем более если их не готовили к этому с детства. Поэтому дочерям в семье послание формулируется так: любое образование, все дороги открыты! А установка по отношению к сыновьям иная: если ты не против, выбирай именно то образование, которое поможет вести наш бизнес.

«

**Благотворительность
— косвенный мост для
передачи тех ценностей,
без которых преемственность
и ценностная близость
поколений в семье
состояться не могут.**

»

НАПРЕЕНКО: Дочери чаще выбирают культурную деятельность?
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Обычно они не выбирают, им это остается. Если посмотреть CV молодых женщин из этой среды, то оно состоит из череды благотворительных проектов. При этом их уровень образования очень высок — два высших как минимум. И порой для девушек возникает проблема обманутых ожиданий, потому что западное образование с его политкорректностью и принципами гендерного равенства создает иллюзию от-

крытого проекта социально-профессиональной мобильности, свободной карьеры. Но когда выходят из университетов и возвращаются сюда, одного их желаний становится мало. И в семье нередко оказывается, что девушкам говорят: пожалуй, бизнес этот не для тебя, дорогая. Так серьезный конкурентный бизнес продолжает оставаться доменом маскулинности. И эти барьеры преодолевают только очень целеустремленные девушки. Очевидно, их амбиции поддерживали не только матери, но и отцы. Тем более важно понять, как история успеха рассказывается в этой семье, какие паттерны социальной успешности перенимают дети, адаптируя их для своей жизненной перспективы.

«

**Истории успеха, которые
имели бы хождение
в обществе как дискурсивные
клише, у нас не приняты.
О богатстве предпочитают
молчать.**

»

Кроме того, к моменту окончания учебных заведений девушки подходят к фазе, нормативно предписывающей организовывать собственную брачно-семейную жизнь, и переход от высшего образования к попытке собственных профессиональных проектов прерывается выходом замуж и рождением детей. Этот момент всегда очень поддерживается и контролируется семьей: ведь речь идет о сложносоставных браках, в которых взвешиваются ресурсы обоих входящих в брак сторон. Поэтому они сталкиваются с теми же вопросами баланса, что и представительницы среднего класса, — как выйти замуж и родить, но при этом и бизнесом заниматься. Кроме того, для них стоит вопрос: для чего они рожают? Для того, чтобы просто реализовать себя как мать? Или чтобы родить будущего

наследника, которому нужно вменить колоссальную программу преемственности, и тогда надо организовать его социализацию так, чтобы он был адекватен династийной перспективе? А тогда надо еще больше инвестировать в его воспитание свое личное время.

НАПРЕЕНКО: Какую роль играет занятие благотворительностью в отношениях поколений в таких семьях?



Семейный портрет
студии Бачетта

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Занятие детей благотворительностью является одной из площадок социализации и подготовки преемников. Ведь между очень занятыми родителями и их детьми есть коммуникативные лакуны. Бизнес пожирает человека целиком, но с детьми надо разговаривать, и начинать этот разговор надо достаточно рано, а этот момент бывает упущен. Часто в родительском поколении встречаются сожаления на этот счет. Поэтому благотворительность — косвенный мост для передачи тех ценностей, без которых преемственность и ценностная близость поколений в семье состояться не могут. Практически все наши респонденты, все дети бизнесменов, были вовлечены в благотворительность. Часто благотворительные проекты детей не связаны с проектами родителей, они начинают строить уже что-то свое. Это становится нормой жизни.

Помимо одного-двух прекрасных образований дети крупных бизнесменов еще получают MBA в Сколково как в том числе ресурс горизонтальных социальных связей. Если с юношами понятен образец транслируемой идентичности — успешный отец, бизнесмен, то со стороны матери транслируется обра-

зованная, подготовленная к профессиональной деятельности, но ушедшая чаще всего в благотворительность материнская фигура. Для дочери реализовывать вариант социальной мобильности, предложенный отцом, очень сложно. Она начинает профессионализироваться в благотворительности, как и мать, ей предлагается площадка фонда отца, например, она начинает вкладывать свои усилия в ряд проектов, в которых становится профессионалом. И здесь мы видим интересный пример формирования профессии организатора меценатской поддержки и благотворительности, сопряженной с социальным происхождением. То есть вход в эту профессиональную деятельность контролируется и фильтруется именно статусом вашего происхождения.

«

**В истории успеха нуждается
и сама благотворительница,
а не только герой-
предприниматель, ее муж.**

»

И совсем другой сюжет, смыслообразующий. Ведь благотворительность играет особую роль в культуре с преимущественными традициями православной этики, отличающейся от протестантской этики, которую Макс Вебер считал основой духа капитализма. Православной этике труда чужды протестантские идеи о том, что именно в профессиональной деятельности проявляется любовь к Богу и ближнему, что именно за свой профессиональный труд человек получает воздаяние в мире ином. Для православного пути подвиг состоял в социальном опрощении, поэтому богатый человек вызывал и вызывает подозрение. Как вы понимаете, это порождало две обратные друг другу пирамиды в обществе — одну реальную, построенную на иерархии страт, другую виртуальную, построенную на ее обратной ипостаси. Мы ушли от модели традиционно-аграрного общества, породившего эту религиозную этику

труда, но ее стереотипы еще бытуют.

Не случайно это лейтмотив многих исследований, в которые я была вовлечена, — респонденты досадуют, что человек, добившийся материального успеха, не может об этом рассказать открыто. Истории успеха, которые имели бы хождение в обществе как дискурсивные клише, у нас не приняты. О богатстве предпочитают молчать. Тем более что сложная история роста состояния из черных, полусерых, серых и белых схем в период первоначального накопления капитала с последующим выстраиванием респектабельного лица не позволяет все перевести в дискурсивный язык. Фигуры умолчания тут понятны.

НАПРЕЕНКО: Опыт 1990-х действительно не может не вызывать этических вопросов...

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Безусловно. Но есть настоятельная потребность предъявить ту историю успеха, которая была бы принята и признана в обществе. Это работало бы в направлении канализации моделей социальной мобильности, которая притормозила в нашем обществе. Сейчас скорее идет процесс закрытия социальных групп и классов, переходы между ними замедлились. Отсутствие дискурса об успехе, среди прочего, не позволяет рядом с фигурой мужчины-бизнесмена, достигшего социального, экономического и профессионального успеха, появиться фигуре помощницы-женщины. Это как в волшебной сказке, которую изучал Владимир Пропп: историю успеха тоже можно рассматривать в категориях структурного анализа сказки — кто главный герой, какие испытания ему выпали, кто его помощники, что является символическим предметом, помогающим успеху. И в этой конструкции помощница-женщина — это именно благотворительница. Так что в истории успеха нуждается и сама благотворительница, а не только герой-предприниматель, ее муж.

НАПРЕЕНКО: Можно сказать, что культурная деятельность, которой занимаются члены семьи, — это способ заслужить признание общества?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Конечно! Напрямую говорить, кто и на что пожертвовал, — моветон, а вот в истории успеха поделиться этим уместно. Внутренний мотив благотворительности, разумеется, — это темна вода во облацех. Тем не менее сами они говорят, что хотят свой личный опыт бизнесменов реализовать в том числе и в благотворительной сфере. Например, они реагируют на просьбы помочь, с которыми к ним часто обращаются. Они иногда рассматривают проект благотвори-

тельности как что-то, что может принести и выгоду. Потому что есть ведь еще и социально ориентированное предпринимательство, это одна из сфер приложения усилий. Кроме того, для поддержания репутации богатый человек должен жертвовать, например. Более того, человек, который жертвует, приобретает психологические преимущества. Ну и наконец, он может думать: просто мои ценности таковы, что я хочу поделиться. И еще, наверное, это взгляд наверх, в эти темные облака: надо делиться! Множество разных мотивов, которые ими предъясняются.

«

Роль домохозяйки надо было в постсоветское время еще реабилитировать и гламуризировать.

»

НАПРЕЕНКО: Вы говорите о меценатской деятельности в целом, а можно ли выделить в ней какие-то подразделения?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Вполне. Можно разделить меценатов по выбираемым ими направлениям благотворительности. Большая часть, процентов 80, склонны давать деньги детям — сиротам и больным. Где-то половина жертвует церкви, вообще на религиозное направление, потому что есть не только православные, есть и мусульмане, и иудаисты, и так далее. Затем бедным — наверное, столько же, сколько и церкви. Чуть поменьше — на разные образовательные инициативы, еще чуть поменьше — на спорт. Искусством и культурой занимается примерно процентов 40. А дальше идут разные виды медицинской помощи, помощи на высшее образование, независимым СМИ, малым предпринимателям, общественным инициативам и так далее. Большинство из предпринимателей жертвуют лично. Это, пожалуй, характерная примета нашей еще не вполне институционализированной сферы благотворительности, потому что организация профессиональных благотворитель-

ных фондов, либо корпоративных, либо собственных, пока гораздо менее популярна, нежели личные пожертвования. Но что значит личные? Это значит, что все равно есть какие-то люди, которым жертвователю лично доверяет, и, выбрав какое-то из направлений — например, сиротам или на животных, на экологию, на религию, — он предпочитает иметь дело уже с какими-то выбранными, проверенными людьми и институтами, которые его не подводили и зарекомендовали, создав приличную репутацию.



Александра
Ласкаржевская.
Семейный портрет

В перспективе с ростом институционализации сферы благотворительности будут складываться и нормы благотворительного поведения, институции, в этом помогающие, профессионалы, в эту деятельность вовлекающие широкие круги волонтеров, а самое главное — отношение к этому феномену благотворительности самого общества.

НАПРЕЕНКО: И все же, возвращаясь к теме семьи: какое она отводит место благотворительности?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Давайте вспомним Толкотта Парсонса, американского социолога середины прошлого века, который для женщин буржуазии и среднего белого класса оставлял всего несколько возможных ролевых реализаций в ситуации, когда мужчина берет на себя роль кормильца, — это найти себя в «светской жизни», стать профессиональной домопра-

вительницей и заняться благотворительностью. То есть женщина выбирает, реализуя себя в этих трех ипостасях, ту сферу деятельности, которая ценностна, альтруистична, работает на репутацию семьи. И все потому, что она не работает профессионально в публичной сфере, в отличие от мужа. Такая достаточно консервативная модель.

«

Клубы женщин, занимающихся благотворительностью, балы, ярмарки, которые являются вариантом светской жизни, но при этом ставят меценатские задачи.

»

Ситуация в семьях российских крупных бизнесменов — иллюстрация именно к этой ролевой конструкции, несмотря на то что чаще жены бизнесменов обладают высоким уровнем образования. Например, последние жены наших олигархов — это два типажа: первый из их ближнего окружения, помощники, референты, а второй — образованные женщины, ранее занимавшиеся бизнесом.

НАПРЕЕНКО: А как эта модель накладывается на советскую модель семейных отношений?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Позднесоветские реалии — это гендерный контракт, построенный на двухкарьерной и двухбюджетной семье, где и муж, и жена приносят в семью заработок. Поэтому позднесоветский женский гендерный контракт — это профессионально работающая мать, причем именно профессионально, а не просто работающая, как в раннесоветском контракте. Более того, уровень образования женщин в позднесоветское время был выше, чем у мужчин. Поэтому социальные ожидания, связанные с ролью женщины, — это что она вообще

не будет сидеть дома. И роль домохозяйки надо было в постсоветское время еще реабилитировать и гламуризировать.

Уже в перестройку было несколько направлений изменения гендерного контракта. Во-первых, поддержание образца профессионально работающей женщины, но уже не обязательно матери, возникли и «чайлдфри». Во-вторых, появились женщины, которые занимаются чем-то только для себя, а не для заработка. И тут частная сфера приобрела характер профессиональной сферы. То есть если ты мать, то ты занимаешься материнством от и до, как эксперт начинаешь разбираться в рынке образовательных услуг, в рынке услуг для здоровья маленьких детей и так далее. Ты уже не все делегируешь экспертам, но и сама приобретаешь компетенции.

Так роль женщины в семье становится более уважаемой за счет приобретаемых компетенций профессионализма в домашнем хозяйстве или материнстве. А это можно уже предъявлять обществу. Поэтому мы в последнее время увидели такой гламурный тренд в СМИ на беременность и раннее материнство жен крупных бизнесменов, равно как и звезд. Нам показали образцы женщин, которые не смущаются беременностью и округлого живота, а устраивают из этого фотосессии. То есть то, что было интимным, стало публичным. А вокруг этой публичности вырастает рынок, который эти тенденции подхватывает, легитимирует и выдвигает соответствующие предложения. И далее модные тенденции спускаются к более низким социальным слоям.

Так что для богатых женщин мы ушли от контракта профессионально работающей матери к образу женщины, которая вообще не обязательно должна строить карьеру и конкурировать с мужчинами, а может выгородить себе другое социально и ценностно окрашенное пространство филантропии, где она будет вести тот же светский образ жизни. Мы видим клубы женщин, занимающихся благотворительностью, балы, ярмарки, которые являются вариантом светской жизни, но при этом ставят меценатские задачи.

НАПРЕЕНКО: А насколько наша постсоветская ситуация в благотворительности отличается от европейской и американской?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Во-первых, мы отличаемся отсутствием достаточной меры социального доверия и отсутствием нарратива об успехе, как я уже говорила. Во-вторых, в России только-только складывается рынок профессиональных услуг посредников на рынке благотворительности. В-третьих, у нас

слишком много объектов, на которые надо было бы направить потоки меценатской помощи. Социальные проблемы, проблемы со здоровьем, проблемы с детьми, проблемы с искусством, проблемы с наукой... Сконструировать здесь свой собственный путь с учетом ценностных предпочтений — очень непростая задача для самого мецената. В-четвертых, за рубежом не было советского разрыва в традициях состоятельного буржуазного класса, и соответственно для его представителей не стоит вопрос о том, как привлекать детей к своим начинаниям, образ жизни тех, кто вовлечен в благотворительность, с необходимостью перетекает в опыт социализации следующего поколения.

«

Наши респонденты не лишены монархических устремлений.

»

Здесь же дети помнят еще совсем другой уровень жизни своей семьи. Разумеется, я имею в виду старшее поколение детей, которым сегодня от 25 и выше. Они застали родителей в разных этапах состоятельности, поэтому, естественно, на каких-то этапах о благотворительности речь не шла. Но постепенно это стало частью деятельности родителей, образом жизни, дети уже становятся вовлекаемыми, и тут порой возникают вопросы, как именно и во что именно вовлекаться.

НАПРЕЕНКО: Поддержка церкви в России — это более важный канал для денег, чем за рубежом?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Да.

НАПРЕЕНКО: Это связано с легитимацией себя в моральном плане?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Я думаю, да. И здесь религиозный аспект переплетен с историческим. В России определенно ощущается запрос на обращение за обоснованием чего бы то ни было к истории. Попытка сформировать групповое самосознание новых имущих классов, присущих капиталистическому обществу, опирается на биографические образцы прошлых крупных

владельцев капиталов или политических деятелей из высших слоев, которые могут служить некими безусловно легитимными фигурами для враждующих и ненавидящих друг друга социальных групп. Это прежде всего Бахрушины, Голицыны, Демидовы, Морозовы, Третьяковы... Да и царей называют — Александра I, Петра I: наши респонденты не лишены монархических устремлений.



Семейная портретная матрешка

НАПРЕЕНКО: Насколько отличается представление о семье того класса, который вы исследовали, от представлений других классов?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: У меня складывается ощущение, что высшие классы становятся более консервативными, а так называемый средний класс — более либеральным. В среднем классе отношения, ориентированные прежде всего на интимность, становятся общепринятой ценностью. А вот высшие круги пытаются удержать процесс бракообразования последующих поколений под своим контролем. Например, одна моя респондентка, девушка, которая выбрала яркого спортсмена не из среды предпринимателей, два года добивалась, чтобы родители признали ее право на брак. То есть родители, как и в любой другой ресурсной группе, пытаются удержать разрастание семьи и распыление ресурсов под своим контролем. Например, организуя знакомства. Один наследник мне рассказал: «Мы поженились, у нас уже маленький ребенок, все хорошо, мы с женой прекрасно понимаем друг друга. Я сам ее выбрал». Через два-три вопроса я его спрашиваю: «А где вы познакомились с вашей женой?» Он говорит: «Моя мачеха организовала

званный обед, там мы и познакомились». Понятно, что в такой спонтанности знакомства, конечно же, была большая доля усилий взрослых. Вспомним историю Веры Паниной: когда ресурсы стали уплывать из династии, на какие меры пошло старшее поколение.

При этом история родителей, которые приобрели капиталы в перестроечное и постсоветское время, демонстрирует ориентацию на дискурс любви и интимности в отношениях, они женились и разводились, но в отношении своих детей они переходят на более рациональные рельсы.

НАПРЕЕНКО: А с чем связано то, что у старшего поколения приобретателей капиталов по несколько браков?

«

**Высшие классы становятся
более консервативными,
а так называемый средний
класс — более либеральным.** »

Рождественская: Со сменой ценностей, видимо. Ценностный опрос по методике Шварца по Европе и России, в том числе и группы предпринимателей, демонстрирует их отличие от всех других социальных групп в том, что они склонны по своим ценностям к открытости, к изменениям, самоутверждению, но также и к ценностям гедонизма. То есть мы зарабатываем, мы рискуем, и мы хотим получать за это удовольствие. Я стремлюсь к успеху, а попутным показателем успеха являются деньги, которые позволяют мне многое. Тогда гедонизм морально разрешен: раз я заработал, я могу и потратить. Соблазны этого гедонизма, безусловно, связаны с тем, что в число потребления входят очень многие вещи. Интервьюируя предпринимателей средней руки периода перестройки, мы заметили, что для них это был период ломки моральных норм. Мы все были заперты в определенных моральных рамках, а эпоха первичного накопления капитала многие вещи девальвиро-

вала: что такое хорошо, что такое плохо — неопределенность. Если мы с этой женщиной, матерью моих детей, подымали бизнес в наихудшие времена, то теперь, когда я стал успешен, разведясь, я смогу ее обеспечить и тем самым освободиться. И начинается новая любовная история, которая заканчивается новым браком. Многие себе стали позволять то, что не могли позволить раньше, когда желание уйти из семьи сразу ставило вопрос: если я брошу детей, на что они будут жить? У меня нет

«

**Многие себе стали
позволять то, что не могли
позволить раньше, когда
желание уйти из семьи
сразу ставило вопрос:
если я брошу детей, на что
они будут жить?**

»

денег, ведь надо же и самому опять покупать квартиру, обзаводиться всем... Поэтому с достижением успеха в бизнесе многие разрывали браки, которые заключались в молодые годы и которые, по статистике, самые неустойчивые, сложные, потому что притирка культурных капиталов, норм и потребительских практик проходит тяжело и часто происходит то, о чем потом и вспоминать-то не хочется. И многие избавлялись от таких страниц своей истории, но компенсируя этот разрыв рентой.

НАПРЕЕНКО: А можно ли в этом контексте сказать про психологическую какую-то функцию благотворительности?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Никто нам не предъявит напрямую этих мотивов. Но из тех направлений, на которые уходят благотворительные деньги, первая по популярности позиция — дети-сироты. Наверное, это о чем-то говорит. Но однозначно мы это

не можем интерпретировать.

НАПРЕЕНКО: Вы имеете в виду, что это компенсация за оставленные семьи?

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Мы не можем сказать напрямую, но мы видим эту структуру и можем построить какую-то гипотезу. Она будет, конечно, очень грубая и приблизительная. Их дети от первых браков чаще всего как раз не оставлены материальными средствами, они получают образование и привлекаются в качестве потенциальных преемников для бизнеса. Так что в этом плане личные долги, скорее всего, отданы. Но моральные ощущения, которые мы можем только приблизительно реконструировать, могут считываться по направлениям благотворительности. Здесь имеет смысл апеллировать даже не столько к собственной истории конкретного предпринимателя, сколько к групповому самосознанию отцов, которые большую часть своей жизни зарабатывали деньги, строили бизнес, состоялись, но это время было отнято у семьи и у детей. И они могут только потом компенсировать им это материально или статусом, но детство их детей прошло мимо, женщина, которая постарела, с которой он развелся, будет испытывать не самые лучшие чувства... Как эти моральные долги можно отдать? Никак, кроме как повинившись перед Господом и отдав деньги на благотворительность.



Дарья Жукова
и Роман Абрамович
с дочерью Леей

НАПРЕЕНКО: И поддержка сирот — это может быть символическое восстановление связи поколений.

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ: Возможно. Есть такое направление — клиническая социология, оно развивается большей частью

во Франции, отчасти и у нас. Это дисциплина на стыке психоанализа и социологии. В ней есть понятие отдачи долгов. Допустим, у меня есть дядя, который дает мне деньги на образование и говорит, что я не должна ничего ему возвращать, — я могу недоумевать, почему. Но если я встроена в семейную историю, то я пойму, что мой отец, который был старше дяди и ушел уже из жизни, был старшим в семье после смерти их родителей и взял на себя роль квазиотца, давая возможность всем остальным в семье получить образование, пока сам работал. Таким образом, мой дядя не может отдать долг своему брату напрямую, но может символически, финансируя образование племянницы или племянника. Происходит возвращение долгов через поколение.

«

**Благотворительность
отчасти,
если психоаналитически
рассматривать, является
способом отдачи каких-
то долгов.**

»

Связанность семейных отношений через выравнивание отданного и полученного и дает нам ощущение, что наша идентичность стоит на твердых ногах, что мы не перекасти-поле, а являемся частью какого-то социального атома. Поэтому благотворительность отчасти, если психоаналитически рассматривать, является способом отдачи каких-то долгов. Связано ли это с бизнесом, с семейной историей, с происхождением капитала — не суть, но главное — отдать что-то тому, кто в этом нуждается. Мотивации тут часто не вполне проговоренные и даже бессознательные.

Дар бедняка



Анастасия Рябова.
Случай стука
по чужому столу.
Реэнактмент. 2016
© Григорий
Поляковский

*Александра Новоженова о том,
что дарение — брешь в системе
капитализма, через которую может
пробраться искусство*

«Произведение искусства» — провидческий рассказ Антона Чехова, в котором он описывает функцию объекта искусства как неудобного дара. Спасенный доктором от опасной болезни бедный молодой человек, не имея возможности заплатить деньгами, в благодарность дарит ему бронзовый канделябр, причем приносит его обернутым в газету «Биржевые ведомости». Канделябр с обнаженными женскими фигурами настолько непристойен, что доктор с говорящей фамилией Кошельков, будучи семейным человеком, не решается оставить его у себя и пытается избавиться от него, передав другу. Переходя

от одного владельца к другому, в конце рассказа «произведение искусства» снова настаивает доктор.

Уже в деталях — в фамилии Кошельков и в «Биржевых ведомостях», которые служат оберткой для произведения искусства, — видно противопоставление рыночного обмена товаров и услуг, так же как финансовых операций, акту дарения, который выпадает за их пределы и скандальным образом нарушает их пристойный деловой ход.

В рассказе Чехова произведение искусства — это то, что получатель, существующий в мире ни к чему не обязывающих деловых сношений, вынужден принять, не имея возможности отказаться, но не может и просто оставить у себя: дар вынуждает принимающую сторону приспособлять условия своего существования к этому новому объекту либо придумывать способ избавиться от него, что — как показано в рассказе — не так уж и просто.



В рассказе «Преданный друг», написанном в 1888-м, на два года позже «Произведения искусства», Оскар Уайльд описывает другой вид дара — дара благотворительного. Богатый мельник Хуго дарит бедному Гансу свою старую тачку. Постоянно напоминая о своей щедрости, мельник бесконечно пользуется услугами своего приятеля, который в конце концов гибнет,

оказывая мельнику очередную любезность. Мельник расценивает его смерть как неблагодарность. Ничтожный дар богача становится способом взять у бедняка многократно больше, чем было пожертвовано. В этой социалистической притче Уайльд обнажает грехи благотворительности, которую он презирал. В тексте «Душа человека при социализме» он писал о своем обращении к ней уже без метафор: «Нам часто говорят, что бедные благодарны за милосердие. Некоторые из них безусловно — да, но лучшие среди бедных — нет. Они неблагодарны, недовольны, непослушны и мятежны. И они совершенно правы. Милосердие они считают неуклюжей попыткой возместить ущербность своего существования сентиментальным откупом, обычно сопровождаемым наглым вмешательством в их личную жизнь».

«

Дар вынуждает принимавшую сторону приспосабливать условия своего существования к этому новому объекту.

»

Эти две истории, возникшие одновременно, — про дар бедняка и дар богача — задают арку отношений, существующих одновременно с превращением человеческой жизни в тотальный рынок, которое часто считают основной проблемой капитализма. Вслед за Марселем Моссом с его «Очерком о даре» и опираясь на него, [Дэвид Гребер](#) в своей книге о долге («Долг: первые 5000 лет истории») пишет, что чистых отношений натурального обмена товаров и благ никогда не существовало. Натуральный обмен — своего рода миф о происхождении, историческая затравка, которая позволяет Марксу перейти к тому, как функционирует современный Капитал. На самом же деле любой товарный, а вслед за ним товарно-денежный обмен переплетен с системами долга, обязательств,

<http://www.colta.ru/articles/society/13217>

принуждения и благодарности, которые позволяют существовать обществу как системе отношений, в том числе отношений неравенства, — как бы ни казалось, что современный человек отчужден и полностью одинок в бесконечно тавтологических отношениях обмена времени на зарплату и зарплату на потребительские товары.

Откуда бы иначе взялась идея благодарности работодателю за «рабочие места» и «возможность делать свое дело»? Такое личное отношение к капиталисту было бы лишним, если бы достаточно было простого обмена труда на деньги, когда работники выполняют свою работу, а капиталист платит работникам за труд лишь чуть меньше, чем этот труд стоит, ровно настолько, чтобы прибавочной стоимости хватало на поддержание и расширение предприятия и на создание новых рабочих мест. Благодарность выходит за рамки такого якобы почти равноценного обмена: это отношение, которое позволяет взять больше труда, чем за этот труд заплатить, и даже больше, чем нужно на создание новых рабочих мест. Она нужна, чтобы взять *неизмеримо* больше. В этом смысл дара богача бедняку — для этого существуют системные патронаж и благотворительность. Они и есть та самая старая тачка.



В «Очерке о даре» Марсель Мосс показывает, что в «примитивных» обществах обмен дарами дружелюбен только по видимости, являясь сублимированным эквивалентом агрессивных сопернических действий. Непринятие дара равносильно объявлению войны. Дар обязывает. Дарение — акт доминирования, приводящий к моментальному дисбалансу в отношениях сторон, требующему ответной реакции. Совершая акт благотворительности, богач низвергает бедняка в бездну неоплатного долга и бесконечной благодарности. Может ли бедняк пода-

ритель что-то богачу так, чтобы перевернуть этот дисбаланс? Не для того, чтобы вызвать благодарность богача, но для того, чтобы в отношениях возник тот груз, который начал бы смещать баланс в противоположную сторону? На это отвечает произведение-искусства-как-неудобный-дар. Дар как мстительная плата и скрытый акт неблагодарности.

Вместе с закреплением «принципиальной дистрибутивности» как родовой черты постконцептуального, то есть вообще современного, искусства в его глобализованном виде (об этом много пишет Питер Осборн) критика отношений обмена, лежащая в основе большей части художественных реакций на сложившуюся ситуацию, явно испытывает проблемы.

«

Непринятие дара равносильно объявлению войны.

»

Воображаемая абстракция капитала, в котором все — в том числе искусство — сводится к меновой стоимости, дополнительно накручивающейся по загадочным законам финансовых спекуляций (см. работы **Голдина+Сеннеби**), раз за разом приводит художников в тупик. Критика по формуле «искусство деньги искусство (деньги)» (тут можно вставить еще дополнительный черный ящик каких-нибудь загадочных финансовых и символических факторов и получить в цепи дополнительное звено) больше не дает интересных результатов. Так же как не дает интересных результатов перевод рисунка в фотографию, фотографии в звуковую дорожку, звуковой дорожки в двоичный код, двоичного кода в какие-нибудь вибрации и так далее — что тот же Осборн называет эквивалентностью медиумов, объединенных концептом, и чем бесконечно развлекаются студенты факультетов медиаискусства.

<http://www.colta.ru/articles/raznoglasiya/13163>

Принципиальная конвертируемость медиумов, помноженная на демонстративное превращение всего на свете в то же самое — то есть в деньги, — это и есть то, что Витгенштейн, критикуя тавтологичность формальной логики, называл «тривиальным и неинтересным». После «Трактата» Витгенштейн пересмотрел свой взгляд на язык. Суждения формальной логики, подразумевающие, что истинное высказывание просто дает верную проекцию (тавтологическую эквивалентность) некоего существующего положения дел, теперь казались ему недостаточными.

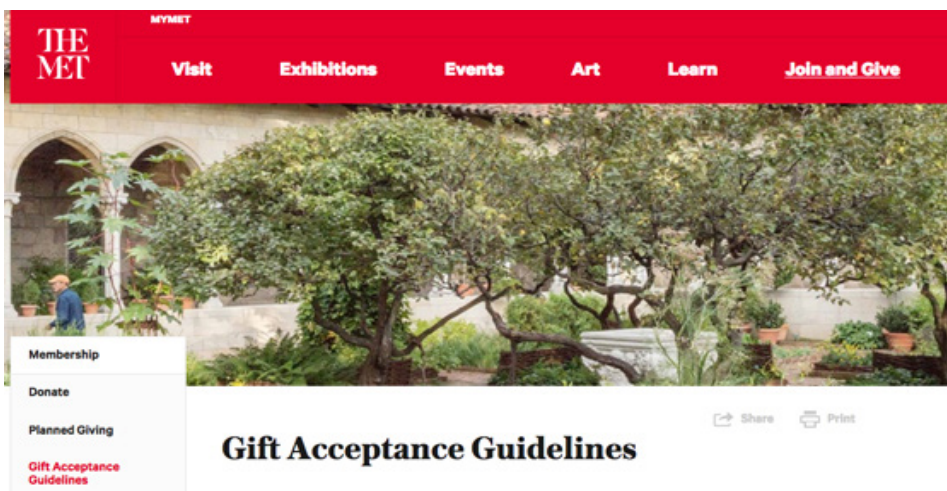
Выражение «тривиальный и неинтересный» как нельзя лучше показывает предел мышления концептуалистов, которые от камерного существования в интимных сообществах, где обмен был способом демократизации и интернационализации кураторской и художественной практики, а также ликвидации притворно-сентиментального психологизма искусства, перешли в разряд признанных крупными институциями авторов.



The Hugo Boss Prize
2010: Hans-Peter
Feldmann

По природе своего метода они вынуждены оstrarнять и конвертировать уже ситуацию пребывания в крупных институциях и опыт своего столкновения с капиталом в лице корпоративного или иного патронажа и других экономических систем поддержки современного искусства. Это приводит к максимально неинтересным результатам. Художники делают проект, в котором в очередной раз меняют деньги на деньги, не создавая никакого дефицита и не обременяя институцию никаким грузом обязательств. Пример такой исполнительской неинтересности — работа Ханса-Петера Фельдмана. Получив в 2010 году приз *Hugo Boss* в \$100 000 и сольную выставку в Гуггенхайме, он выставил свои \$100 000 в виде однодолларовых бумажек, покрывших стены выставочного пространства, еще

раз воспроизведя и так известную формулу обмена и не вступив ни в какие проблематические отношения с фондом, который вручил ему премию. Про работу просто написали, что она продолжает его многолетнее увлечение «игрой одинаковости и различия». Ирония не помогла ему не остаться в долгу. «Дискурс искусства как конфликт интересов встроен в собственную институциональную историю и кураторскую практику Гуггенхайма — в музее денежные и эстетические ценности постоянно соревнуются друг с другом» (Дэвид Хики) — так что можно было даже не пытаться.



В отличие от обмена, который исключает завязывание отношений с человеком и с институцией и лежит в основе проектной деятельности, дар ангажирует закон иным способом. В этом смысле в отношениях музея и художника музей становится богачом, а художник — бедняком. В случае капиталистической институции как она существует в сегодняшнем виде художник-бедняк и художник-работник — разные вещи: художник-работник может сделать проект для институции и таким образом выполнить свою работу, музей может выплатить этому художнику гонорар — на этом их отношения закончатся, если только не возникло несправедливости в оплате. Музей может принять или приобрести произведение в собрание. На это художник влиять уже не может. Другое дело — дар.

В правилах принятия даров музея Метрополитен описаны все виды и процедуры дарения. Так, к видам даров, которые сделать проще всего, относятся денежные и другие дары, которые легко конвертировать в деньги (недвижимость, акции и прочее, но только после того, как юрист оценивает прибыльность и простоту их конвертации в деньги). Можно подарить музею наличные, ценные бумаги или страховые выплаты после собственной смерти. Для этого существует целый ряд официальных лиц, которые авторизованы принимать дары. Все это небескорыстные дары, поскольку являются важной формой приумножения символического капитала. Это не дар бедняка богачу, а дар богача богачу — дар того, кто накопил, тому, кто сохранит. Сулят дары и другие выгоды вроде налоговых льгот и рекламы брендов: тогда дар — это дар капиталиста капиталисту, и речь уже идет о перекрестном умножении капиталов. Дары варьируются по размеру, и особенно щедрые дарители могут рассчитывать на то, что их имя будет запечатлено на стенах того или иного зала или корпуса музея.

«

**Художники делают
проект, в котором
в очередной раз меняют
деньги на деньги,
не создавая никакого
дефицита.**

»

Дары искусства музей рассматривает куда более придирчиво, поскольку меньше всего хочет оказаться в положении доктора Кошелькова. Решение об их принятии выносит целая кураторская комиссия. Ведь эти дары, в отличие от временных

проектов, уже придется взять в коллекцию — их нельзя непосредственно конвертировать в деньги. Дар искусства должен быть принят и сохранен в качестве такового. А один неверный дар может обесценить все, что уже есть в хранилище. Поэтому музей стремится принимать в себя лишь те дары, которые не создают напряжения в его основном законе.



Фальсификатор
Марк Лэндис

Несколько лет назад стала известна история фальсификатора Марка Лэндиса. Он подделывал в основном модернистскую графику, но не торговал ею, а приносил ее в дар — например, под предлогом того, что он раздаривает коллекцию своей покойной матушки. Иногда он просто высылал свои подделки по почте. Многие американские музеи с поразительным легкомыслием принимали его дары и даже включали их в свои экспозиции. В одном музее ради одной из его подделок пришлось снять с экспозиции Ренуара. Когда история раскрылась, Лэндису ничего не грозило — он не нанес музеям финансового ущерба и, в сущности, не был мошенником. Ничто не мешало ему продолжать свою практику дарения — достаточно было только не приходить в музеи лично. Но люди в системе искусства чувствовали, что этот случай нельзя оставить так. Тогда они решили собрать максимальное число его подделок и устроить его выставку, что и было осуществлено в музее Университета Цинциннати. Сделать из него художника казалось способом обезвредить его и заделать брешь, внезапно образовавшуюся в стене, которой музеи огораживаются от неудобных даров, — все начинало представлять своего рода проектом. Другое дело, что сам Лэндис (в личной истории которого были, например, такие вещи, как эпизод кататонии и период, когда он жил на пособие по инвалидности) хотел только одного — чтобы где-то на музейной стене или хотя бы на странице в Википедии было зафиксировано, что Марк Лэндис — известный филан-

троп и даритель. Признание в качестве художника его не интересовало. Его интересовал дар бедняка богачу.

Художники, работавшие в период первого, исторического, концептуализма, принесли в искусство личные связи как объект — отношения взаимовлияния и дружбы, даже любви, саму материю жизни они остранили и сделали объектом и моделью обмена. Это была огромная демократическая революция,

«

Двусмысленная шутка обращения дара в товар в этом обмене, естественно, угасает.

»

с другой стороны, все это выглядело шуткой, которая не разрушала самой этой жизненной материи. Но благодаря бюрократизации и выставлению на рынок то, что было в личных отношениях даром, хотя и выглядело шутливо, в итоге начинало приносить прибавочную стоимость: когда 7 октября 1975 года на рынке в Кракове Ян Млчох в течение часа продавал памятные объекты, принадлежавшие его близким, или когда Юрий Альберт 22 октября 1979 года предоставлял услуги по хозяйству, сам акт бюрократического документирования, конечно, и был механизмом выяснения меновой стоимости личных даров (будь то услуги или дорогие сердцу воспоминания) при их конвертации в объект искусства. Можно сказать, что Мэри Келли, которая занималась острашением первых даров своего ребенка, испачканных подгузников и слюнявчиков, составляя их в карту отношений матери и младенца, занималась тем же самым. В этом был огромный критический запал, одновременно это была впечатляющая художественная драма, хотя и весьма хладнокровная на вид.

Вместе с распадом соцблока и по мере институционализации горизонтальных международных концептуализмов личные связи превращаются в тривиальный объект искусства, участвующий в глобальном проектном обмене. Двусмысленная шутка обращения дара в товар в этом обмене, естественно, угасает. Личное было объективировано в качестве искусства, дар — в качестве товара — демократичность обернулась глобализацией и той самой принципиальной дистрибутивностью произведения, которое не имеет больше веса — не в банальном смысле вещественной дематериализации, а в том смысле, что оно не смещает баланс отношений: примером этого служит описанная выше работа Ханса-Петера Фельдмана. Дематериализацию нужно понимать именно в смысле невесомости и беспроблемности объекта искусства: если дар бросает вызов и создает перевес, на который, чтобы избежать конфликта, должен быть дан ответ, то дематериализованные сети отношений конвертации личного в художественное обеспечивают гладкое скольжение проектно-обменной деятельности художников с институциями.



Ян Млчох.
Воспоминания.
1975

В своей пока еще незаконченной работе «Случай “стука по чужому столу”», сделанной в 2016 году для Московского музея современного искусства, Анастасия Рябова пытается осуществить то, что сама она называет «неудобным даром».

Специально для передачи в дар музею Рябова сконструировала (в ее терминах) «проблематичный артефакт», которым является стук по чужому столу. Этот артефакт принципиально нематериален — его проблематичность и *весомость* заключаются не в его вещественных свойствах (в таком чисто материальном смысле неудобными дарами являются работы Ирины Кориной, которые разрушаются из-за того, что почти ни один

«

**Специально
для передачи в дар музею
Рябова сконструировала
«проблематичный
артефакт», которым
является стук
по чужому столу.**

»

российский музей не способен принять их даже бесплатно из-за технического неудобства), но в самой его символической конструкции. Он намеренно сконструирован так (звук, кулак, чужой (то есть какой именно?) стол), чтобы принятие его музеем в себя создавало напряжение в Законе музея. Закон музея — инструкция по хранению 1984 года, изученная Рябовой, — не может справиться с принятием этого артефакта. Таким образом, чтобы запустить процесс передачи проблематичного артефакта в дар музею, музей должен пересмотреть свое законодательство (всего около 15 документов). Так художник пытается совершить *законотворческий* процесс.

На самой выставке была представлена документация юридически продуманного реэнактмента передачи стука по чужому столу в присутствии нотариуса и свидетелей (сама передача еще не состоялась) и проведен «Экспресс-конгресс» с участием

музейных сотрудников, юристов и теоретиков. По итогам конгресса музей, как предполагалось, должен был расшифровать и выставить в том же помещении документацию, на основании которой Рябова собиралась вынести резолюцию. Эта резолюция, в свою очередь, должна была лечь в основу совместно составленных Рябой и музеем рекомендаций для Министерства культуры по изменению принятой инструкции музейного хранения. Эти шаги сделали бы возможным запуск передачи в дар музею «Стука по чужому столу».



Юрий Альберт.
Помощь
по хозяйству.
1979

ММСИ — муниципальный, а не частный музей, хотя по западной модели он и пытается привлекать корпоративных спонсоров. Еще с советского времени сохраняется связанность музея с общегосударственным законодательством — хранение и принятие объектов регулируются обязательной для всех музеев инструкцией. Таким образом, к закону этого музея легче подобраться, и он куда более универсален и всеохватен, чем законы частных музеев, но его труднее зацепить, поскольку сложно понять, чье именно желание за ним стоит: музей просто унаследовал свой закон от забытого всеми порядка и пытается растягивать его для своих нужд, но никак не изменять — это потребовало бы обращения к слишком опасным, но и слишком равнодушным стоящим вверху инстанциям, и кто знает, как повлиял бы пересмотр инструкции на все му-

зеи России. С другой стороны, работа с этим законом не осложняется мотивами благодарности меценату, то есть частному лицу, устанавливающему свой закон с личной жесткостью — то есть по праву завоевателя благ и благотворителя.

Судьба «Стука» складывается пока драматично. Реэнактмент и конференция были сделаны для новой версии постоянной экспозиции ММСИ, которую делала куратор Елена Яичникова под названием «Взаимодействие: взгляд современных художников на коллекцию ММСИ» и в которой современные художники, в основном достаточно молодые, должны были совершить проектную работу с вещами, находившимися в собрании.

«

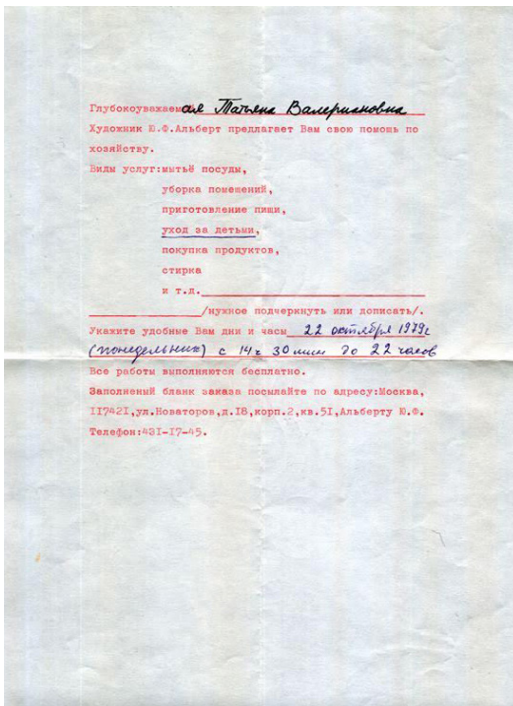
Не глупо ли требовать от институции любви?

»

Уже название — «Взаимодействие» — отсылает к той практике обмена, что описывается как постконцептуальная. Противопоставление тех, кто делает проектную работу, вступая с куратором в отношения субподрядчиков на музейной площадке, и объектов, находящихся внутри музейного закона, внутри коллекции, как и сам термин «взаимодействие», предполагает то самое невесомое проскальзывание проектно-меновоей деятельности — сеть без обязательств, личное как объект.

С помощью дара Рябова пыталась развернуть эту ситуацию в сторону художника как бедняка, который обязывает богача, но музей пока оказался не вполне готов принять ее неудобный дар. Реэнактмент и документация были выставлены, конгресс проведен, но дальнейшие шаги музей совершать не торопился. Он был готов выставить временный и как будто партиципаторный «проект» и, конечно, организовать в его связи яркое событие («Экспресс-конгресс»), но этот проект интересовал его лишь как видимость, то есть буквально как артефакт — но не как проблематичный артефакт. Музей не готов был начать работать над своим законом. Расшифровка конференции и видеодокументация запаздывали — у музея были другие дела, а «работа» уже была выставлена.

«Халатность» музея в отношении ее неудобного дара — вероятно, музей тогда не понял еще, что непринятие дара равносильно объявлению войны, — заставила Рябову совершить непозволительный с точки зрения деловых отношений художника и институции акт. Она лично сняла работу из экспозиции. Есть обидчивые любовники, которые после разрыва забирают все, что они дарили. Вместо того чтобы сделать личное объектом искусства, Рябова поступила так, как будто исключительно личным был объект искусства, произведение искусства как неудобный дар, который все же нельзя не принять, если любишь. Не глупо ли требовать от институции любви? Конечно, дар Рябовой был изначально даром с обременением — тем обременением, что выходит за рамки простого «взаимодействия» и проектной видимости. Но принять на себя весь неудобный вес ответственности, содержащийся в даре, — еще открытая перспектива для музея, которому все же нужно оставить шанс восстановить разорванные отношения с искусством.



Юрий Альберт.
Помощь
по хозяйству.
1979

Приватизируя культуру



*Что произошло с институтами
искусства во времена Тэтчер и Рейгана?
Чин-Тао Ву о становлении корпоративной
культуры, в которой мы живем*

Предлагаемый вашему вниманию текст — первая глава книги Чин-Тао Ву «Приватизируя культуру» (2002). Оглядываясь на предшествующие 20 лет, открывшиеся правлением Маргарет Тэтчер в Великобритании и Рональда Рейгана в США, Ву описывает различные стратегии наступления частного капитала на публичную сферу, а именно на территорию искусства.

Текст Ву напоминает: те стандарты культурной индустрии, которые предлагаются нам как самоочевидные, — например, нормативные обязательства журналистов и музеев перед спонсорами искусства и культуры, обязательное чувство

благодарности за корпоративную финансовую поддержку, агрессивная власть пиар-менеджмента, доминирующая роль выставок-блокбастеров в музеях — лишь исторически сформировавшиеся установки. А значит, их легитимность можно подвергать сомнению и критике.

Когда правительство дает все меньше средств на искусство и образование, должен появиться кто-то, кто даст больше. И этот кто-то — американские корпорации ¹.

Подобные утверждения были типичны в эпоху Рейгана. Их целью было представить в общественном сознании бизнес в образе просвещенного покровителя искусств, что, в свою очередь, указывает на более широкое явление, характерное для восьмидесятых годов, прошедших под знаком правления Рейгана, а затем Тэтчер, — речь идет о беспрецедентном вторжении бизнеса в область современного искусства. Никогда прежде корпоративный мир США и Великобритании не имел такого влияния на ряд аспектов высокого искусства, где участие бизнеса всегда считалось неподобающим, если не вовсе чуждым. Разумеется, бизнес и до этого момента вносил свой вклад в художественные музеи и культурные организации. В 70-е годы все еще продолжая играть в целом пассивную роль дарителя, бизнес уже начал активно участвовать в формировании и оформлении дискурса современной культуры. Однако в 80-е годы такое активное участие приобрело повсеместный и всеобъемлющий характер.

Задача данного исследования — обрисовать небольшую, но важную часть этой траектории, импульс которой задавался политикой свободного рынка и моральными установками эпохи Рейгана и Тэтчер: огромный приток капитала в институции визуального искусства. Целенаправленно рассматривая мир современного искусства, мы собираемся исследовать, каким образом бизнесу удавалось успешно трансформировать музеи и галереи в двигательные механизмы общественных отношений, принимая на себя функцию и эксплуатируя социальный статус, которым обладают культурные институции в нашем обществе. Учитывая масштаб данного исследования, мы не имеем возможности обсуждать аспекты этого феномена, которые касаются общественной политики². При этом будет полезным напомнить, что отношения между общественной политикой и спонсорством со стороны бизнеса настолько тесные, что Ко-

лин Твиди, директор Ассоциации бизнес-спонсорства искусств (ABSA), решил предположить, что спонсорство было одним из краеугольных камней тэтчеризма³.

В восьмидесятые годы все чаще создаются корпоративные коллекции искусства по обе стороны Атлантики. Современные корпорации, опираясь на свою экономическую мощь и вооружившись собственными кураторами и департаментами искусств, энергично имитировали бывшие прерогативы публичных художественных музеев и галерей, создавая и выставляя свои собственные коллекции у себя в стране и за рубежом,

«

К концу 80-х годов как в США, так и в Британии художественные музеи стали еще одним форпостом корпораций по связям с общественностью.

»

а также размещая на собственных площадях художественные галереи или предоставляя помещение какому-нибудь филиалу публичного музея. Что еще важнее, корпорации учреждали премии в области современного искусства, обеспечивая им ощутимую культурную видимость и при этом выступая арбитрами общественного вкуса. Влияние бизнеса, таким образом, оказалось продвинуто на всех фазах современного искусства — производства, распространения и принятия.

По сравнению с США корпоративное участие в художественных музеях в Великобритании было значительно меньше, по крайней мере, до прихода к власти консерваторов в 1979 году. В то время государство как на местном, так и на национальном уровне напрямую и в должном объеме финансировало художественные галереи. В 1980 году в Великобритании все

еще можно было говорить о спонсорстве в сфере визуального искусства как о «новой игре», территория которой еще не была «четко демаркирована»⁴. В то же время на всем протяжении 80-х годов правительство консерваторов успешно воспроизводило корпоративную культуру по-американски, трансформируя культурную сцену Великобритании. К концу 80-х годов как в США, так и в Британии художественные музеи стали еще одним форпостом корпораций по связям с общественностью, и мы по сей день живем с последствиями тех изменений. По ту сторону Атлантики перед музеями и концертными залами, такими, как Национальный музей Лос-Анджелеса или Линкольн-центр в Нью-Йорке, регулярно выставлялись седаны «Лексус», в то же время в Великобритании Королевская академия и Королевский фестиваль зал превратили внутренние дворы в демонстрационные залы автомобилей своих корпоративных спонсоров. Таким образом, трансформацию художественных музеев, случившуюся в 80-е, когда из носителей особой элитарной культуры они превратились во дворцы развлечений для растущего числа потребителей искусства из среднего класса, следует рассматривать через двойную призму государственной политики и предпринимательской инициативы.

Принципы спонсорства в сфере искусства

Что же все-таки компании и руководство корпораций находят привлекательного в спонсировании искусства? Несмотря на то что правительства Рейгана и Тэтчер действительно предпринимали серьезные усилия, чтобы стимулировать поддержку искусства со стороны бизнеса, корпорации делали существенно больше, чем просто реагировали на государственное давление. Скорее можно говорить о среде, откровенно настроенной в интересах бизнеса, которую создавали правительства обеих стран, значительно облегчая усилия компаний, направленные на продвижение собственных планов. На идеологическом уровне бизнес всегда видел в государственном регулировании потенциальную угрозу системе свободного рынка. Вскоре после того, как федеральное правительство в 1965 году учредило Национальный фонд поддержки искусств (*National Endowment for the Arts, NEA*), бизнес-сообщество предприняло ответный шаг, создав в 1967 году собственную организацию — Бизнес-комитет поддержки искусств (*Business Committee for the Arts, BSA*). Как и другие деловые ассоциации в Америке, наподобие Круглого стола бизнеса, комитет взял на себя и до сих пор

удерживает за собой неоспоримую роль главного выразителя точки зрения бизнеса по вопросам искусства. Они защищают и отстаивают свое вторжение в искусство, регулярно публикуя речи ведущих корпоративных руководителей. Вот, например,

«

**Мифологический культ
творческой личности и стойкая
ассоциация между авангардным
искусством и инновациями
обеспечили деловой мир ценным
инструментом, чтобы создать
себе имидж либеральной
и прогрессивной силы.**

»

выдержка из речи Уинтона Блаунта, исполнительного директора корпорации «Блаунт» (*Blount Inc.*) и бывшего председателя Бизнес-комитета, которую он произнес на ежегодном собрании в 1984 году:

«Эта атмосфера [свободы] упорно повсюду подрывается опрометчивыми, необдуманно предписаниями, налогами и другими формами государственного контроля. Поэтому мы занимаемся важным делом поддержки искусства. Мы не просто выполняем гражданский долг, который мы можем, по желанию, принять или отвергнуть. Мы помогаем сохранять открытыми те пути свободы, по которым бок о бок идут искусство и коммерция»⁵.

Однако свобода художественного выражения, в котором индивид утверждает свое право продвигать свое творчество на личном уровне, — это свобода совсем иного порядка, чем свобода преследовать свои земные цели, которой обладают

компании с крупным частным капиталом.

Значимость этого бизнес-ориентированного наступления можно в полной мере понять только на фоне еще более масштабной корпоративной стратегии, а именно — цитируя Уилларда К. Батчера (он стал президентом и главным исполнительным директором банка «Чейз Манхэттен» после Дэвида Рокфеллера) — принять на себя «видимую роль в сообщении точки зрения частного бизнеса в отношении целого ряда ключевых общественных вопросов». В 80-е годы руководители корпораций были не единственными, кто предпринимал консолидированные усилия, чтобы быть услышанным через средства массовой информации. Так, Батчер призывал своих коллег «донести нашу идею напрямую в американские дома, до людей... Нам требуется как минимум серьезное и уверенное присутствие на рынке идей»⁶.

Компании тратили миллионы долларов на рекламу, и не только напрямую продавая товары, но и продвигая отношение компании к актуальным политическим и социальным вопросам. И хотя в рамках данной работы мы не можем рассматривать явление в таком широком контексте, однако важно постоянно помнить о том, что корпоративное финансирование искусства — не какое-то изолированное явление. Спонсируя художественные институции, корпорации показывали, что они разделяют вместе с музеями и галереями систему ценностей, скрывая свои особые интересы под покровом универсальной морали.

Существует расхожее мнение, что корпоративное спонсорство в сфере культуры стремится избегать рисков, а современное искусство предлагает определенно более зыбкую почву, чем старые мастера, которые едва ли вызовут разногласия. Тогда почему корпорации предпочитают ступать именно на нее? Мифологический культ творческой личности и стойкая ассоциация между авангардным искусством и инновациями в рамках модернизма обеспечили деловой мир ценным инструментом, чтобы создать себе имидж либеральной и прогрессивной силы. Джон Мерфи, исполнительный вице-президент корпорации «Филип Моррис» (*Philip Morris Inc.*), представляя спонсируемую ими выставку «Когда отношения обретают форму», собравшую объекты концептуального искусства, подчеркнул:

«Мы в “Филип Моррис” считаем правильным содействовать привлечению внимания общественности к этим работам, потому что они содержат в себе важную составляющую, которая

имеет соответствие в мире бизнеса. Эта составляющая — инновация, без которой был бы невозможен прогресс ни в одном сегменте общества»⁷.

Присваивая себе концепцию инновации, опосредуя и переосмысляя ее значение в корпоративных терминах, бизнес стремится представить свое вторжение в мир искусства как великое и легитимное дело.

«

Руководители высшего звена проявляют непропорционально большой интерес к спонсированию в сфере искусства.

»

Управление спонсированием

Однако, чтобы заниматься спонсированием в сфере искусства, одного творческого воображения недостаточно. Эту инициативу, как правило, берут на себя не менеджеры среднего звена, а председатели и исполнительные директора или старшие партнеры, если речь идет о партнерских компаниях. В отличие от ортодоксальной теории управления, согласно которой участие старшего руководства усиливается или ослабевает в зависимости от относительной шкалы расходов, руководители высшего звена проявляют непропорционально большой интерес к спонсированию в сфере искусства, невзирая на незначительность вкладываемых сумм относительно годового бюджета компании. Систематический анализ корпоративных вложений на примере компаний в штате Массачусетс, проведенный в 1984 году Майклом Усимом (*Michael Useem*) и Стивенем Катнером (*Stephen Kutner*), показал, что в трех из пяти компаний исполни-

тельные директора все еще лично рассматривали рекомендации по благотворительным вложениям специального назначения, если они превышали установленный минимум, который для половины компаний составлял всего 500 долларов⁸.

Важная роль старшего руководства, в особенности председателей и исполнительных директоров в корпоративном спонсировании искусства, подтверждается и в моем собственном исследовании вопроса⁹. Когда речь заходит о запуске любой программы, единственной принципиально важной фигурой выступает председатель или исполнительный директор,

«

**Представать в образе
покровителя искусств
— неотъемлемая часть
отличительного стиля
жизни, который требуется
и санкционируется в рамках
этой «изысканной»
общественной страты.**

»

за ними следуют другие руководители верхнего звена. Почти три четверти американских компаний и более половины британских подтверждают участие высшего руководства в программах, направленных на финансирование искусства.

Таким образом, можно предположить, что старшее корпоративное руководство играет значимую роль в спонсировании искусства и корпоративном вторжении в искусство в целом. Такие люди, элита из элит, занимая самый верхний эшелон в корпорациях, обладают большой властью и влиянием. Несмотря на высокую занятость и востребованность по работе

(а часто речь идет о совмещении нескольких директорских позиций), они также успевают поучаствовать во внушительном числе благотворительных и других некоммерческих институций. Эти мужчины (потому что преимущественно это мужчины), если перефразировать описание культурного капиталиста, предложенное американским социологом Полом Ди Маджо, — «капиталисты, руководящие искусством», те, кто забирается на самый верх корпоративной лестницы, сделав менеджерскую карьеру, для кого участие в искусстве — это локус социального отличия, за которым закреплены их элитарный статус и классовые амбиции¹⁰.



Отличие

Вовлеченность корпоративной элиты в искусство, таким образом, можно интерпретировать как на личном, так и на корпоративном уровне. Несмотря на все внимание средств массовой информации к предпринимателям, которые всего добились самостоятельно в эпоху Рейгана и Тэтчер, все же в обеих странах корпоративное руководство состояло (и по-прежнему состоит) преимущественно из представителей экономически привилегированного, а значит, более высокого в социальном и образовательном плане класса¹¹. Благодаря своему социальному положению и корпоративной должности они оказываются участниками хитросплетенной паутины, состоящей из экономических и социальных сетей знакомых, друзей и приобретенных через брак родственников. Однако унаследованное богатство и занятие, дающее высокий статус, сами по себе,

как утверждал в прошлом веке Торстейн Веблен, не считаются достаточными для получения мандата на участие в доминантной секции класса. Здесь также имеют значение принятие и демонстрация определенного набора ценностей и стиля жизни. Представать в образе покровителя искусств — неотъемлемая часть отличительного стиля жизни, который требуется и санкционируется в рамках этой «изысканной» общественной страты. Действительно, в условиях, когда отпали многие традиционные формы отличия, находившие выражение в буржуазной морали, занятие высоким искусством как форма социальной активности стало приобретать все большую значимость.

«

**— Искусство
привлекательно! Искусство
денежно привлекательно!
Искусство денежно-
привлекательно-социально-
супер-повышательно!**

»

Именно на исключительных мероприятиях на художественных площадках прежде всего встречаются и признают друг друга представители деловой и политической элиты. Поэтому нет ничего удивительного в том, что имена исполнительных директоров всплывают в прессе в связи со спонсорской поддержкой искусства. Грубо говоря, в циничном замечании Томаса Ховинга содержится гораздо больше, чем толика правды: «Искусство привлекательно! Искусство денежно привлекательно! Искусство денежно-привлекательно-социально-супер-повышательно!» («*Art is sexy! Art is money-sexy! Art is money-sexy-social-climbing-fantastic!*»)¹².

Здесь уместно будет вспомнить теорию «культурного капитала» Пьера Бурдье¹³. Участвуя в спонсировании искусства, эти

элиты используют свои корпоративные позиции для продвижения личных интересов и социального статуса. Слегка отредактировав теорию Бурдые, можно утверждать, что эта деловая элита трансформирует экономический капитал корпораций, работой которых заведует, в культурный капитал своих собственных личных целей, вместе с тем действуя в корпоративных интересах. Для наших текущих целей достаточно указать на то, что, согласно Ди Маджо, который развивал концепцию Бурдые, этот культурный капитал может, в свою очередь, быть трансформирован в социальный капитал знакомых и связей, который затем можно использовать для накопления экономического капитала¹⁴.

И если сущность участия высшего руководства в спонсировании искусства требует дальнейшего рассмотрения, то важность спонсорской поддержки искусств как инструмента связи с общественностью сомнений не вызывает. И если раньше это было просто общеизвестным фактом, то теперь это подробно обсуждается по обеим сторонам Атлантики. Истинную природу этого маркетингового экзерсиса лучше всего увидеть на примере налоговых уступок, которые имели место в обеих странах. И если американские меценаты редко упоминают о налоговых преимуществах, то в Великобритании они уже давно занимают ведущее место в повестке дня банка *ABSA*, который ведет кампанию, направленную на проведение налоговой реформы. Отчасти это связано с тем, что размер выделяемых сумм очень незначителен относительно бюджета любой компании, а также с тем, что в Америке спонсорская деятельность в любом случае не облагается налогом, и не важно, откуда приходят спонсорские деньги — из подразделения по маркетингу/связям с общественностью (как оно происходит в большинстве случаев) или же из так называемого корпоративного бюджета на филантропические цели¹⁵.

Однако в Великобритании спонсорская деятельность и финансовая поддержка разграничиваются в целях налогообложения, хотя для широких масс эти два понятия взаимозаменяемы. Для того чтобы способствовать спонсорской поддержке искусства и избежать муторного процесса, когда необходимо подтверждать свое право на налоговые льготы, выполняя договорные платежи, и правительство Тэтчер, и *ABSA* выступали за принятие особого определения спонсорской деятельности: как «коммерческого предприятия, например, в виде перечисления компанией средств на счет организации, занимающейся

искусством, с целью продвижения имени, продуктов и услуг компании. Это скорее сделка между заинтересованными сторонами, чем филантропический дар»¹⁶. Напротив, финансовая поддержка через налогооблагаемые обязательства о выплате денег рассматривается как «филантропический дар» и «чистое» пожертвование, сколь бы спорным ни было различие между двумя категориями. Таким образом, в налоговой структуре

«

**Спонсорская деятельность
в области искусства особенно
эффективна для компаний,
занятых в нефтяной, табачной
или военной промышленности,
чей имидж нуждается
в полировке.**

»

просматривается предрасположенность к удовлетворению интересов спонсоров. Предположительно путем помещения спонсорства в один ряд с кампаниями, направленными на установление связей с общественностью, можно рассчитывать на приток корпоративных денег. И дело здесь не только в изменении корпоративного приоритета. Подобный шаг означал, в сущности, что правительство Тэтчер вместе с организациями, серьезно заинтересованными в спонсорской деятельности, такими, как *ABSA*, открыто назвали спонсорство формой коммерческого рекламирования, где художественные организации выступили в качестве пиар-агентств для корпоративных спонсоров. Примечательно, что только 9,7% британских компаний по сравнению с 39,6% американских, опрошенных в рамках моего исследования, считали налоговые льготы важным стимулом.

Неудивительно, что главенство рекламно-информацион-

ной функции спонсорской деятельности также подтвердилось в моем исследовании. Как британские, так и американские компании указали именно на этот аспект спонсорства. На вопрос о причинах, побудивших спонсировать искусство, 92,7% (78,2% американских) компаний ответили, что рассматривали его как средство улучшить корпоративный имидж, а 90,6% (78,2% американских) считали, что это пиар-акция, и лишь 31,5% (52,5% американских компаний) утверждали, что занялись спонсорской деятельностью ради трудовых льгот. Самый высокий процентный показатель был зарегистрирован при оценке их ощущения успеха от спонсорской деятельности как пиар-акции. 90,5% британских компаний (90% американских) считали, что это была успешная и эффективная пиар-акция, а 97,2% (88% американских) сообщили об улучшении корпоративного имиджа, и только 52,5% (75% американских) посчитали, что оно поспособствовало трудовым льготам¹⁷.

Полировка корпоративного имиджа

Поэтому концепция рекламно-имиджевого образа имеет существенное значение для спонсорства в сфере искусства. Потребность в рекламизации разнится в зависимости от продуктов и услуг, которые компания предлагает на рынке. Однако спонсорская деятельность в области искусства особенно эффективна для компаний, занятых в нефтяной, табачной или военной промышленности, чей имидж нуждается в полировке. Поэтому нельзя назвать совпадением тот факт, что нефтяные компании «Эксон» и «Мобил» выделяют больше всех средств на развитие искусств и культуры в Америке¹⁸. Аналогично и в Великобритании компания «Бритиш Петролеум» (BP), которая была полностью приватизирована в 1987 году, — самый крупный спонсор искусства в стране вместе с «Бритиш Телеком». С 1990 года регулярная смена экспозиции в галерее Тейт, где одновременно может быть представлена лишь пятая часть коллекции, спонсируется «Бритиш Петролеум». За приблизительно 150 000 фунтов стерлингов в год — этой суммы в 1990 году хватило бы всего на две с половиной минуты телерекламы в прайм-тайм — логотип BP целый год красуется на больших баннерах галереи, которые сообщают о смене экспозиции, и на обложках ее изданий.

Еще экономнее работает пиар-машина табачной индустрии. Здесь у нас нет возможности подробно останавливаться на спонсорской деятельности табачных производителей в области спорта, однако необходимо понимать, что спонсорство

в искусство и спорт тесно связаны между собой, и объясняется это тем, что на рекламу табака законом налагаются строгие ограничения. Спонсируя спорт, табачные бренды имеют возможность много мелькать на телеэкранах в той среде, где им запрещено размещать рекламу. И если спонсирование как-то регулируется, пусть и не слишком эффективно, то в спонсировании искусства не существует вообще каких-либо ограничений. Чтобы спонсировать искусство, табачные компании покупают не рекламное время на телевидении, а применяют иной способ рекламирования, который ассоциируется с общественным престижем, статусом и доступом к влиятельным людям. «Филип Моррис Компаниз», включающая такие домашние бренды, как «Мальборо», «Бенсон и Хеджиз» и «Верджин Слимз», — самый крупный табачный конгломерат Америки. Доход «Филип Моррис», которой принадлежит 42% всего американского табачного рынка, в 1989 году составил 45 миллиардов долларов. Кроме того, начиная с 1960-х годов компания стала одним из ведущих специалистов в области капитализации на спонсировании искусств, в особенности визуального искусства. Средства, которые компания передала в 1990 году организациям, занятым в сфере искусства, оцениваются в 15 миллионов долларов.

В отличие от своего спонсорства в политику, о котором компания предпочла бы умолчать, она очень гордится своей поддержкой искусства и время от времени выпускает красивые издания, чтобы отметить свои высокие достижения. К 35-летию своей спонсорской деятельности в области искусства, например, «Филип Моррис» опубликовала 13-страничный каталог, в котором перечисляются все их вклады в искусство начиная с 1958 года. Благотворительность компании распространялась на все возможные художественные дисциплины практически во всех признанных художественных институциях страны и мира¹⁹.

Несмотря на все высокие разговоры о своей преданности искусству, реальный мотив компании совершенно очевиден. Джорж Вейсманн, бывший в то время ее вице-председателем, говорит: «Мы — непопулярная производственная отрасль. [Хотя] наша поддержка искусства не направлена напрямую на решение этой проблемы, она улучшила имидж компании в финансовом сообществе и у широкой общественности»²⁰. Этот умело созданный образ уникальной корпоративной личности принес компании хвалебные комментарии в сред-

ствах массовой информации. Известный искусствовед Барбара Роуз сделала «Филип Моррис» следующий комплимент: «К корпорации, которая оказалась достаточно дальновидной, чтобы перенаправить пиар-бюджет на общественные нужды, а не спустить их на Мэдисон-авеню, можно испытывать только благодарность»²¹. Дж. Картер Браун, почетный директор Национальной художественной галереи, также хвалит компанию за «надежную поддержку культурных организаций по всему миру», за «непоколебимую поддержку», а также за «просвещенность и дальновидность»²².

«

**Включавшее в себя имя
сигаретной марки название
премии десять лет попадало
в поле зрения любителей
искусства.**

»

Концентрированная сила «Филип Моррис» в спонсировании искусства не имеет эквивалента в Великобритании, где большая часть корпоративных денег ушла на поддержку музыки. И все же даже в Британии табачные компании остаются пионерами в этой области. Несмотря на то что фонд Питера Стейвесанта, который спонсировала «Каррерас Ротман», уже не функционирует, здесь стоит упомянуть, что он начал спонсировать выставки «Новое поколение» в галерее Уайтчепел в 1960-х годах. Наиболее заметным игроком в табачной индустрии, который спонсировал искусство, была «Империял Табакко». В 1980 году «Империял» учредила под своим брендовым именем «Джон Плеер» ежегодную портретную премию в Национальной портретной галерее как раз в тот момент, когда объем продаж сигарет снизился до 120 миллиардов с рекордных 137 миллиардов в 1973 году. Включавшее в себя имя сигаретной марки название премии десять лет попадало в поле

зрения любителей искусства. Питер Сангвинетти, в то время отвечавший в компании за внешние связи, рассказывая в интервью «Санди Таймз» о спонсорской деятельности в области искусства, подчеркивает: «Мы хотим, чтобы люди искусства, которых мы выбираем, усиленно работали над тем, чтобы обеспечить нам рекламу. Мы не говорим о “давании” денег на спонсорскую деятельность: деньги имеет их получатель, мы же имеем рекламу»²³.

Также необходимо указать (пусть эта тема и выходит за рамки данной статьи), что масштаб табачного спонсорства в Великобритании в начале 1980-х был таким, что три главных лондонских оркестра спонсировались табачными благодетелями, а Лондонскую филармонию окрестили «оркестром дю Морье». В то время как главными бенефициантами корпоративных денег в Америке были музеи, британские бизнесмены отдавали предпочтение классической музыке и опере. По данным «Конференс Борд», почти 20% всех ежегодно выделяемых корпоративных средств на искусство уходит музеям, что существенно больше 12%, которые получает музыка²⁴. В Великобритании сопоставимые данные по музыке, опере и музеям составляют 18,9, 17,76 и 11,96% соответственно²⁵.

Кто ходит в художественные музеи

Несложно понять, почему художественным музеям легче найти корпоративную финансовую поддержку, чем музеям другого типа. Хотя посещаемость других музеев значительно выше посещаемости музеев художественных, посетители последних обладают более высоким социально-экономическим статусом. Например, в 1987 году лондонский Музей науки посетило 4 733 000 человек по сравнению с 1 399 000 человек, которые посетили Музей Виктории и Альберта. С точки зрения статистики, несмотря на все претензии на демократизацию как производства, так и оценки искусства со времен Второй мировой войны, аудитория художественных музеев гораздо лучше образована, занята на более престижных работах и более обеспечена, чем посетители других музеев, несмотря на то что музейная публика в целом уже непропорционально привилегированна в социально-экономическом плане по сравнению с населением в целом. Например, в США 48% посетителей художественных музеев имели по крайней мере неполное высшее образование по сравнению с 34,4% среди посетителей других музеев, при том что такой образовательной квалификацией в 1975

году обладало всего 13,9% населения страны. Та же диспропорция наблюдается и по уровням занятости и дохода²⁶.

Таким образом, именно демографическими чертами посетителей главным образом объясняется особая симпатия корпоративной Америки и Великобритании к художественным музеям. Несмотря на то что компании часто утверждают, что их целевая аудитория — это «широкая общественность»,

«

**Хотя посещаемость других
музеев значительно выше
посещаемости музеев
художественных, посетители
последних обладают
более высоким социально-
экономическим статусом.**

»

как если бы эта самая общественность представляла собой гомогенную группу. Корпорации часто таким образом выражают свое снисходительное отношение к обществу. Взять хотя бы такой пример: «Производители “Гановер” счастливы продолжать традицию частной спонсорской поддержки искусства на благо общества». Последовательно отрицая подспудное социально-экономическое неравенство в причастности к искусству, подобная корпоративная риторика служит для маскировки капиталистических интересов спонсоров и создает фальшивый образ того, что называется «корпоративной филантропией».

За корпоративным спонсорством кроется два основных мотива. Первый: для компаний, товары и услуги которых могут установить «правильную» связь со спонсируемой выставкой

или организацией, спонсируемое событие — это маркетинговая акция, как бы хорошо она ни была завуалирована. Второй: для компании, чей продукт не имеет прямой связи с темой спонсируемого мероприятия, ассоциация с искусством в большей степени работает на создание так называемого просвещенного корпоративного имиджа.

В первом случае целевой аудиторией являются люди, которые принадлежат к среднему классу (*ABC1* — верхний, средний и низший средний классы по британской классификации). Последние десять лет импортируемое немецкое пиво «Бекс» было, так сказать, «столовым вином» официального британского авангарда. Марка дебютировала довольно конвенциональным образом, выступив спонсором выставки «Немецкое искусство в XX веке», которая проводилась в Королевской академии в 1985 году, как раз тогда, когда британский дистрибьютор марки «Скоттиш и Ньюкасл Бруериз» (*S&N*) готовился начать полномасштабное маркетинговое наступление по всей стране, целью которого было получить молодую аудиторию до 30 лет, которую волнуют вопросы стиля, на уже довольно переполненном рынке светлого пива.

Программа «Бекс» произвела фурор, проспонсировав ретроспективу работ Гилберта и Джорджа, только что получивших Премию Тернера, в галерее «Хейворд» в 1987 году, по случаю которой пивовары произвели «ограниченный тираж» из 2000 бутылок пива, этикетку для которых выполнили выставленные художники. Успех «инновационного спонсорства в области искусства» был очевиден: они не только привлекли внимание средств массовой информации, но и сама бутылка стала коллекционным объектом, одна даже попала в коллекцию галереи Тейт. На сегодняшний день бутылки специальных изданий имеют лейблы, созданные Тимом Хедом (*Tim Head*), Ричардом Лонгом (*Richard Long*), Джорджем Уилли (*George Wyllie*), Брюсом Макклином (*Bruce Mclean*) и победительницей Премии Тернера 1993 года Рейчел Уайтред (*Rachel Whiteread*). Для сравнения: в 1984 году *S&N* импортировали 20 000 баррелей в год, а десять лет спустя — 350 000. Впечатляющий рост продаж подчеркивается столь же впечатляющим бюджетом на спонсорские цели, который в 1994 году составил свыше 350 000 фунтов по сравнению с 20 000 в 1985-м. Конечно, это не идет ни в какое сравнение с высшей лигой спонсоров искусства, таких, как «Бритиш Телеком» (1,8 миллиона фунтов стерлингов в 1994 году), или «Бритиш Петролеум» (1,25 в 1991-м), или даже таки-

ми конкурентами S&N, как «Гиннесс». Тем не менее потенциал, который им дает ассоциация с миром искусства, совершенно очевиден. Как указал Джеймс Одлинг-Сми (*James Odling-Smee*): «Помните, “Бекс” — это всего одно пиво, один бренд»²⁷.

Во втором случае, когда большее значение имеет имидж компании, а не размер не прямых продаж, чаще всего во время интервью в качестве целевой аудитории назывались политики,

«

**Наиболее ощутимым
следствием перехода
от государственного
к корпоративному
финансированию стал акцент
на создание выставок-
блокбастеров.**

»

высокопоставленные чиновники и люди, формирующие общественное мнение. Вот слова одного из ведущих производителей пива в Великобритании: «Описать нашу целевую аудиторию легко и просто. Вероятно, их не больше тысячи. Это члены парламента... биржевые аналитики, влиятельные журналисты... и чиновники. И опять же все они должны иметь отношение к нашему бизнесу». Тот же самый производитель был еще более конкретен, описывая реальные критерии. О географии места он сказал следующее: «Если нам нужны члены парламента, то мы будем спонсировать акции, которые находятся в радиусе полутора километров от здания парламента». Значимость такого корпоративного «перемывания косточек» нельзя переоценить в политическом климате, где всем было понятно (по крайней мере, при имевшейся тогда администрации), что влияние можно просто купить. Стремясь отместить обвине-

ния в политическом лоббировании, ответственный секретарь многонациональной корпорации в Лондоне честно рассказал об их истинных мотивах:

«Бизнес — еще не все, нам нужны долгосрочные отношения с правительством. Я подчеркиваю слова “долгосрочные отношения”, потому что мы определенно не используем нашу спонсорскую поддержку или иные формы установления внешних связей, чтобы приобрести определенное влияние на конкретных людей для решения текущей проблемы, потому что нам бы помогло, если бы они переменили свое мнение о ней... Можно пригласить на мероприятие ведущих политиков, и не только тех, кто входит в правительство, но и тех, кто представляет оппозицию, потому что мы прекрасно знаем, что через несколько лет они могут поменяться ролями. Если вы встречаетесь в обществе, то вас лучше узнают и вы перестаете быть просто лицом или именем в формальной обстановке. Да, и это значит, что если когда-нибудь встанет какой-нибудь вопрос, то они не отмахнутся от вас не глядя...»

Это и есть политическое лоббирование, каким бы неформальным и изоциренным оно ни было. Точно так и руководитель отдела по связям с общественностью в неназванной пивоваренной компании указывает на то, что они уже настолько хорошо знали свою целевую аудиторию, что спонсировали не только художественные выставки, но и концерты и театральные постановки, чтобы удовлетворить интересы интересующей их влиятельной публики.

В конце концов, спонсирование искусства, учитывая налоговые льготы, которые оно дает, и поддержку британского правительства, которое выделяет средства на его поощрение, — это больше, чем просто рекламирование себя с целью создать «просвещенный» образ. В конечном итоге, значимость этой корпоративной интервенции в искусство придется понять в политических терминах. В силу того, что художественные музеи находятся в государственном секторе или, как в США, в сфере общественного престижа и влияния, они занимают такое привилегированное положение, что ассоциация с ними служит сигналом социального престижа и власти. Далее, их положение поддерживается утверждением — в буржуазной культуре оно известно как лозунг «искусство ради искусства» — о том, что искусство по своей природе стоит выше презренного мира политики и коммерции; как сказал руководитель одного из влиятельных музеев Нью-Йорка — «Мы не поли-

тичны!» («*We are non-political!*»). Именно в силу атмосферы художественных музеев, которая, на первый взгляд, освобождает их от идеологического участия в политическом процессе, они парадоксальным образом становятся самыми укромными местами, куда приглашают ведущих политиков и чиновников, чтобы они пообщались со столь же именитыми представителями бизнеса.

«

Еще одно серьезное изменение в функционировании музеев, связанное с притоком корпоративного капитала в 80-х, — перерасширение.

»

Институции искусства

Чтобы постичь влияние корпоративного капитала на практику современного искусства, мы должны присмотреться к художественным музеям. Это вовсе не значит, что современное искусство существует только в стенах художественных музеев и галерей, скорее, их институциональная структура обеспечивает наиболее обозреваемое пространство для любых попыток корпоративного влияния.

Как мы уже отмечали ранее, обеспеченная музейная публика представляет собой рыночную нишу с высокой покупательной способностью и потому представляющую интерес для бизнеса. Как заметил один из спонсоров визуального искусства, спонсирование художественных выставок с тщательно составленными списками приглашенных — дело более практичное, чем, скажем, спонсирование исполнительских видов искусства; открытие выставок с непременно шампан-

ским и канапе создает для спонсоров идеальную обстановку, чтобы развлечь клиентов и пообщаться с ними. Это особенно характерно для Великобритании, где, как видно из моего исследования и проведенных мной интервью, корпоративное гостеприимство имеет особенно важное значение. Кроме того, с конца 80-х распространилась практика публиковать в каталогах обращение бизнес-руководителя, тем самым увековечивая щедрость спонсора.

Наиболее ярко трансформация роли художественных музеев, случившаяся в 80-е годы, проявилась в проведении выставок-«блокбастеров». По мнению Виктории Александер, которая занималась изучением влияния государственного и корпоративного финансирования на художественные музеи Америки, наиболее ощутимым следствием перехода от государственного к корпоративному финансированию стал акцент на создание выставок-блокбастеров²⁸. Такие выставки, призванные привлечь максимально большое число посетителей, стали мерилом, по которому оценивался успех или неуспех выставок. Как сказал почетный директор Национальной художественной галереи в Вашингтоне Джон Картер Браун, «до корпоративного ума дошло, что нет смысла вкладывать деньги в выставку, если нет гарантии, что она не станет очередной сенсацией»²⁹.

Популярность выставок-блокбастеров, однако, привела к еще одному серьезному изменению в функционировании музеев, связанному с притоком корпоративного капитала в 80-х, — к перерасширению. В какой степени данное изменение коренилось в сознательной политике институции — вопрос сложный и выходит за рамки данной статьи. Однако самое важное связующее звено между миром искусства и миром коммерции — это директор музея. Политика расширения музея, таким образом, тесно связана с амбициями директора. В этом отношении директорство Томаса Ховинга в Метрополитен-музее с 1966 по 1977 год дало возможность попробовать на вкус ту этику, которая будет доминировать в мире искусства в 1980-е годы. Не понаслышке знакомый с «большим бизнесом» и изучавший средневековое искусство, Ховинг намеренно пошел на затратные мероприятия — строительство новых флигелей, масштабные выставки и дорогие приобретения, тем самым вынуждая музей отчаянно искать новые источники финансирования. Режим Ховинга в Метрополитен успешно трансформировал деятельность музея: из хранилища предметов искусства он преобразовался в коммерческое предприятие. Метропо-

литен-музей позиционировался как внушительный дворец, который предлагал бесконечную череду выставок-блокбастеров. Как выразился консервативный критик Хилтон Крамер, «Ховинг увеличил музей практически во всех отношениях, в масштабе, который можно назвать разве что “имперским”»³⁰. Вероятно, самый влиятельный музей Соединенных Штатов оставил глубокий и долгосрочный импринт на всех остальных художественных музеях.

В 80-х «шоуменом от искусства», сопоставимым с Ховингом, стал Том Армстронг, директор Музея американского искусства Уитни. Став директором в 1974 году, Армстронг сразу объявил, что Уитни не сможет далее проводить масштабные выставки без государственного или корпоративного финансирования, несмотря на то что до 1976 года, когда была уволена Марша Такер (*Marcia Tucker*), ни одна из ее выставок не получала внешнего финансирования. За 17 лет директорства Армстронга в Уитни был проведен целый ряд выставок-блокбастеров, первой из которых стала выставка Джаспера Джонса в 1977 году. За десять лет посещаемость музея выросла почти вдвое: с 231 654 в 1974—1975 годах до 532 333 в 1983—1984 годах.

Именно Армстронг с поразительной дерзостью открывает в 1980-х четыре филиала музея Уитни в помещениях, предоставленных мультинациональными корпорациями, за что музей прозвали «Макдональдсом мира музеев». Бренд независимого меркантилизма проявился еще больше с назначением в 1988 году Марджери Рубин Коэн на должность сотрудника по связям с общественностью с ее «большим опытом работы в области маркетинга и рекламы в индустрии моды и косметики». В том числе она однажды занимала должность директора по маркетингу в универмаге для богатых «Блумингсдейлс». Культ безграничного расширения с бесконечно растущими затратами вынуждали Уитни и другие американские художественные музеи все больше полагаться на корпоративные деньги, а также на навыки коммерческого маркетинга и продвижения для получения прибыли и привлечения под свои крыши растущих толп, которые, есть мнение, и подобает иметь влиятельным художественным институциям.

Серота в Тейт

В эпоху тэтчеризма в Великобритании появилась новая порода музейных директоров, которых Энтони Торнкрофт окрестил «учеными менеджерами»³¹. Среди них Нил Коссонс (*Neil*

Cossons) в Музее науки с прошлым опытом работы в коммерческом музее («Айронбридж»), Элизабет Эстив-Колл (*Elizabeth Esteve-Coll*) в Музее Виктории и Альберта, которую считали очень эффективным, хоть и приземленным руководителем, а также наиболее важный для наших целей Ник Серота в галерее Тейт. Они, как и их американские коллеги, — предприниматели по сути, хоть и не такие безжалостные. Они не обязательно разделяли политические взгляды тэтчеризма, тем

«

**В эпоху тэтчеризма
в Великобритании
появилась новая порода
музейных директоров,
которых Энтони Торнкрофт
окрестил «учеными
менеджерами».**

»

не менее они были готовы агрессивно продвигать на рынок институции, управление которыми им доверили. Изменение, когда в 1988 году Николас Серота сменил на директорском посту в Тейт сэра Алана Боунесса, было хоть и запоздалым по сравнению с более широкими изменениями, о которых мы здесь говорим, но определенно знаковым для своего времени. Хотя Боунесс и играл свою роль, обхаживая спонсоров, он открыто заявлял, что «считать, будто американская система — это панацея» было «чистейшим абсурдом». «Мои американские коллеги часто завидовали мне, даже в такие трудные времена, — говорил Боунесс. — Я верю в государственное финансирование. Я считаю, что нежелательно, чтобы искусство оказалось в частных руках»³². Вряд ли на Даунинг-стрит, 10 готовы были терпеть такое отношение вечно.

И хотя галерея Тейт времен Боунесса, которая лорду Гоури (*Lord Gowrie*) несколько напоминала «незамужнюю тетку»³³, была далеко не самым популярным местом, в задачи Сероты входило сделать из нее «самый большой развлекательный арт-дворец в Европе». Прежде чем стать директором Тейт, Серота был директором художественной галереи «Уйтчепел» с 1976 по 1988 год. Он был молод и полон энтузиазма, в нем видели смелого организатора выставок. Не меньшее впечатление производил и его успех в создании портфолио корпоративных спонсоров для «Уйтчепел». В 1980 году Серота жаловался, что «время, которое приходится тратить на привлечение финансов, безусловно, сказывается на качестве наших выставок, так как у меня остается меньше времени на саму выставку, идеи, художников. Чтобы щелкать орешки, приходится много работать...» — но ко времени ухода из «Уйтчепел» ему удалось получить серьезные средства от более чем восьмидесяти компаний³⁴. Его особое достижение на пути привлечения средств и политического лавирования — выторгованные 2,2 миллиона фунтов стерлингов на ремонт галереи в 1985 году.

«

В сетевых кафе «Прет-а-манже» подавали «сезаннвичи».

»

Серотовская Тейт 90-х годов — наиболее показательный пример в этом контексте, так как проливает свет на то, насколько глубоко корпоративный капитал и особый бренд меркантилизма сказались на британских художественных галереях. В интервью, которое он дал сразу после вступления в должность директора Тейт, он указал на свои опасения, что первичные области деятельности музея, такие, как научная работа, сохранение предметов искусства, образовательная деятельность, а также «академические выставки», могут оказаться «вытесненными» в условиях денежного кризиса³⁵. Выставки-блокбастеры, организуемые время от времени, с другой

стороны, представляются необходимыми, так как приносят большую прибыль.

Ланч с Сезанном

Новая концепция Тейт произвела целый ряд выставок-блокбастеров, каждая следующая больше предыдущей: Джон Констебл в 1991 году (169 412 посетителей), Пикассо, скульптор и художник, в 1994-м (313 659 посетителей) и феерический Сезанн (408 688 посетителей). Не только билет на выставку Сезанна был самым востребованным в городе (билетные кассы продавали ежедневно по 5250 билетов по цене 8,60 фунта за билет). Галерея также провела широкую сувенирную кампанию: в магазине галереи можно было купить все сезанновское от ваз, полотенец и дисков до шарфов за 45 фунтов. Более того, в сетевых кафе «Прет-а-манже» подавали «сезаннвичи» и по случаю бутилированное вино «Кюве Сезанн эт зе Тейт». А ведь именно в 1989 году Серота говорил: «Я не хочу, чтобы Тейт превратилась в торговый центр. Но если люди хотят что-нибудь купить, у них должна быть такая возможность».

«

**Ни в чем так четко
не прослеживаются
«экспансионистские»
амбиции Тейт,
как в масштабном проекте
«Тейт Модерн».**

»













Ни в чем так четко не прослеживаются «экспансионистские» амбиции Тейт, как в масштабном проекте «Тейт Модерн», открыть которую планировалось в 2000 году в помещении заброшенной электростанции «Бэнксайд Пауэр Стейшн». Для реализации проекта, который оценивался в 106 миллионов фун-

тов стерлингов, Тейт запустила гигантскую кампанию по сбору средств с целью заработать 56 миллионов в дополнение к 50 миллионам, которые уже выделила государственная организация «Миллениум Коммишн». По словам Энтони Торнкрофта, приблизительно за 10 миллионов благодетели новой галереи могли купить себе «бессмертие», увековечив свои имена в названиях залов³⁷.

В этом амбициозном проекте Серота опирался на внушительную команду профессиональных собирателей средств (фандрайзеров, *fund-raisers*). В Тейт 80-х не было отдела по развитию, но стоило Сероте занять директорское кресло, как он появился, и в 1990 году в нем было 6 сотрудников. Слово «развитие» кажется слишком размытым, но очень звучным для таких трансатлантических понятий, как сбор средств (фандрайзинг, *fund-raising*) и создание сетей (*networking*). Отдел был организован настолько хорошо, что оказался в состоянии покрыть почти все возможные аспекты частного финансирования: «Программа благотворительных взносов», «Программа корпоративного спонсорства», «Секция событий», «Друзья галереи Тейт». К 1991 году появилась должность управляющего корпоративным спонсорством одновременно с «Программой корпоративного спонсорства». На сегодняшний день, когда план создания новой галереи Тейт находится на стадии реализации, в штате отдела по развитию трудится порядка 26 сотрудников, по численности превосходя гораздо больший Метрополитен-музей и, пожалуй, находясь ближе к числу занятых схожей работой в Музее современного искусства в Нью-Йорке.

Для наших целей обратимся к «Программе корпоративного спонсорства», которая позволяет взглянуть на менталитет бизнес-культуры. Имитируя имеющиеся в распоряжении американские схемы, программа предлагает корпоративным спонсорам общепринятые преимущества, такие, как закрытые просмотры или экскурсии для сотрудников или сдача помещений галереи под корпоративные развлечения. Но если американские музеи, как правило, демонстрируют более широкий подход к корпоративному спонсорству (и гораздо более низкую стоимость подписки), то Тейт играет на эксклюзивности, беря за членство в качестве ассоциированного участника 10 000 фунтов в год, а за статус партнера — 25 000 фунтов, более того, ограничивая количество членов до 50 человек. Причина, по которой галерея способна эффективно представлять себя на рынке, кроется в том, что она находится на самом вершине в иерархии

современных государственных художественных галерей Великобритании, которые, как мы видим, обладают художественной аурой влияния и приемлемости в общественном сознании. Как заметил Энтони Торнкрофт, «компании чувствуют себя в Тейт безопасно»³⁸.

[ГЕНЕРАЛЬНЫЕ СПОНСОРЫ]			
[СПОНСОРЫ]			
[ПРИ ПОДДЕРЖКЕ]	Креативный партнер 	#НеСтадион 	#ДомНеФорума в Казани 
Игровой партнер 			

Музей под сдачу

Значение такого ограниченного членства (а Тейт, вероятно, единственная галерея, которая имеет такое ограничение), возможно, не сразу очевидно — отчасти потому, что оно в конце концов вступает в противоречие с озвученным стремлением собрать как можно больше денег. Разумеется, намерение галереи состоит не в том, чтобы убрать себя с рынка, а, скорее, чтобы занять на нем особую нишу. По словам представителя музея, членство позволяет корпоративным участникам «принадлежать к исключительному клубу» и дает им, главным образом, уникальную возможность проводить в галерее мероприятия. Ограниченный доступ, таким образом, позволяет галерее гарантированно «предлагать реальные и исключительные преимущества». Как сказал анонимный представитель Тейт, «Одних только мероприятий сколько можно за год провести!». Обратимся к конкретике. В обмен на 500 000 фунтов от бухгалтерской фирмы «Эрнст и Янг» на реализацию сезонного блокбастера Тейт открыла двери для более сорока вечерних приемов, чтобы развлечь их нынешних или потенциальных клиентов, которые, как говорят, наряду с другими

спонсорскими акциями обошлись фирме еще в 500 тысяч. Вот и Фрэнк Сондерс (*Frank Saunders*), вице-президент «Филип Моррис», сказал на конференции по бизнесу и искусству, что одно из преимуществ спонсирования выставки состоит в том, что «если открытие проходит в Вашингтоне, например, то мы идем в Белый дом, и на открытии у нас будут ведущие конгрессмены в смокингах»³⁹. По иронии вспоминаются слова Томаса Мессера (*Thomas M. Messer*), бывшего директора Музея Соломона Гуггенхайма в Нью-Йорке, которые он произнес в 1980 году: «Мы бы никогда не стали сдавать музей в аренду!»⁴⁰

«

**Ограниченное корпоративное
членство направлено,
таким образом,
на то, чтобы превратить Тейт
в очередную влиятельный
клуб для высшего общества.**

»

Ключевое слово здесь «исключительный», однако исключительный для кого и от кого? Несмотря на то что категория «льготы для сотрудников» присутствует в списке «преимущества членства», в большинстве своем исключительные услуги и возможности доступны только небольшому числу людей, а некоторых привилегий, как, например, приглашения на ежегодный прием фонда галереи, ежегодный ужин партнеров или ужин по случаю вручения Премии Тернера (кстати, самое модное мероприятие в сфере современного искусства), удостоиваются только председатели совета директоров и исполнительные директора, которые могут появиться на этих (и многих других) мероприятиях в сопровождении еще одного лица. Ограниченное корпоративное членство направлено, таким образом, на то, чтобы превратить Тейт в очередной влиятель-

ный клуб для высшего общества.

Так называемая пиаризация художественных музеев под влиянием корпоративного капитала четко прослеживается в языке, которым они пользуются. Метрополитен-музей в брошюре, нацеленной на привлечение корпоративного спонсорства, выражается предельно ясно: «Многие возможности в сфере связей с общественностью открываются благодаря участию в спонсорских программах, выставках и предоставлении услуг. Ваше участие может стать свежим и экономически выгодным ответом на особые маркетинговые задачи, в особенности в сферах, где основой целью выступают отношения с государством, правительством и потребителем»⁴¹. Тейт предлагает себя в той же ненавязчивой уклончивой манере:

«Центральное расположение галереи Тейт на берегу Темзы, рядом с парламентом, представляется особенно привлекательным для предприятий, работающих в Лондоне или ищущих площадку для проведения мероприятия в центральном Лондоне. Элегантное здание галереи Тейт предлагает целый ряд уникальных решений для приема клиентов, акционеров и других гостей из делового мира. Такое предложение доступно исключительно для корпоративных членов и текущих спонсоров; галерея Тейт не сдает свои помещения другим коммерческим организациям»⁴².

Привлекательность «близости к Вестминстеру» довольно очевидна. В недавней публикации Тейт даже хвастается, что «славится способностью к разработке оригинальных инициатив по сбору средств» и работает «тесно со спонсорами, чтобы гарантировать удовлетворение из деловых интересов»⁴³.

Меркантильный образ мыслей распространяется, разумеется, не только на отдел по развитию; он постепенно просачивается в другие аспекты деятельности музея. Например, на конференции «Новые направления для национальной коллекции», посвященной политике галереи в сфере приобретения произведений искусства, название которой по иронии судьбы само указывает, куда она клонится, Джереми Льюисон (*Jeremy Lewison*) уже не только называет торговцев произведениями искусства «союзниками» («мы сотрудничаем с продавцами»), но и замечает: «Можно искать пакетные сделки — две картины покупаешь, а третью получаешь в подарок, например»⁴⁴. Сложно не углядеть в этом вариацию на тему избитых рекламных ходов супермаркетов. Если идентичность выражается через структуру языка, то, вероятно, в большей степени мер-

кантилизация Тейт и художественных галерей в целом проявиться просто не могла. Как же тогда Тейт доказать, что она все еще остается государственной галереей, является достоянием всей нации, а не просто агентом большого бизнеса, заточенного продвигать интересы его капитала?

«

Две картины покупаешь, а третью получаешь в подарок.

»

Повторяйте за мной...

Заполнение просторных залов художественных галерей пиар-бюджетами химически не меняет природу общественных отношений. Борьба за признание спонсорства в средствах массовой информации, особенно в Великобритании, в полной мере это подтверждает. Те, кто выступает на стороне спонсоров, того и гляди начнут шантажировать оппонентов. Так как пиар — главная цель спонсоров, то появление их имени в прессе имеет первостепенное значение. Однако средства массовой информации, в особенности Би-би-си и так называемые качественные газеты, которые уже давно видят себя хранителями «хорошего вкуса» в британской культуре, до сих пор сопротивлялись называнию спонсоров в редакторских колонках, что было бы равносильно бесплатной рекламе для бизнес-партнеров и превращению изданий в широкоформатные рекламные листы.

Естественно, *ABSA* ведет постоянную борьбу по этому вопросу на протяжении последних пятнадцати лет и время от времени с гордостью объявляет о «наконец достигнутом успехе». Больше удивляет, что министры искусств и Совет по искусству объединяют усилия, чтобы «придумать» средства и меры в интересах спонсоров. В начале 80-х через личное вмешательство Нормана Сент-Джон-Стеваса, в то время занимавшего должность министра искусств, Би-би-си пошла

на уступки и согласилась объявлять имена спонсоров при передаче концертов и опер. По словам Вальдемара Янушчака, корреспондента «Гардиан» по искусству, Совет по искусству становился «все более агрессивен в требовании поддержки со стороны критиков», рассылая им специальные уведомления по случаю выставки Ренуара в галерее «Хейуорд» в 1985 году, где сообщалось, что от них «ожидают выражения благодарности спонсорам в копии»⁴⁵. Нельзя не заметить здесь иронии, так как в начале тех же 80-х Совет по искусству на полном серьезе жаловался на субсидируемые ими организации по искусству, утверждая, что компании были получателями неоправданной рекламы, тогда как он, совет, был и остается главным спонсором искусства в Великобритании⁴⁶. Произошедший сдвиг, конечно, был связан с тем, что в начале 80-х совет (что бы вы там ни думали об участии в нем) возглавлял Рой Шоу (*Roy Shaw*), а с 1983 года он перешел в руки Люка Риттнера (*Luke Rittner*), поборника спонсорства, ставшего генеральным секретарем.

Оскорбившись на «недостаточность поддержки» со стороны ряда журналистов, спонсоры пригрозили отказать в финансовой помощи. «Если эти газетные писатели, якобы поддерживающие искусство, не могут заставить себя согласиться на поддержку нового в искусстве, поставив ссылку в редакторской статье, — говорит Брайан Энджел (*Brian Angel*), сторонник спонсоров, — то пусть тогда не удивляются, если спонсоры вернутся на футбольные трибуны, а проекты Великобритании в области искусства станут еще более убогими»⁴⁷.

Убогие или нет, но художественные организации как в Великобритании, так и в Америке, выбрали одну и ту же тактику, продвигая интересы своих спонсоров и отслеживая «пробег», который они заработали в прессе. Один сотрудник отдела развития в известном нью-йоркском музее поведал, что журналисты оказывали сопротивление, но они «оказывали сильное давление», что в действительности означает: «Мы все время им названивали. Все наши сотрудники постоянно говорили с журналистами, напоминая, что, пожалуйста, такие-то и такие компании спонсируют нашу выставку». Нечто подобное сообщила сотрудница отдела развития лондонской художественной галереи:

«Мы отслеживаем его [освещение в прессе]. Мы посылаем спонсорам каждый клочок с упоминанием их в прессе... Мы очень много работаем; я много времени провожу на телефоне, разговаривая с критиками и редакторами разделов искусства, которые, я знаю, пишут о выставке. В целом, если

мне удастся до них дозвониться, они идут навстречу; иногда в разговоре у нас возникает что-то вроде спора... И до недавнего времени газеты занимали такую позицию, знаете: если, к примеру, “Бритиш Петролеум” хочет, чтобы их имя появилось у них в газете, пусть купит рекламное место. Нам приходится убеждать журналистов и редакторов... если газеты нам не помогут получить выгоду, которая потенциально доступна спонсорам, то они помешают нам заручиться спонсорской поддержкой, а значит, и гарантией того, что деятельность в сфере искусства будет продолжаться в том виде, в котором она может существовать».

«

В начале 80-х, через личное вмешательство министра искусств, Би-би-си пошла на уступки и согласилась объявлять имена спонсоров при передаче концертов и опер.

»

Эта сотрудница прокомментировала действия одного-двух журналистов, которые категорически отказали ей: «Они просто уперлись и все, но, в конце концов, что им будет плохого, если они поставят имя спонсора в конце ревью?» Если отдельные журналисты или арт-критики и пытались твердо противостоять корпоративной мощи, то после десятков лет совместных действий со стороны спонсоров, администраторов и правительств, верных рыночным принципам, голос оппозиции звучал все реже и реже.

Такой угрожающей корпоративную силу, однако, сделало то, что даже если им не удается добиться успеха в сфере печат-

ных СМИ, им определенно удастся тем или иным способом *купить* себе место. Вкупе со спонсорскими средствами, которые идут художественным музеям, не меньший бюджет закладывается для рекламы художественных выставок, что становится особенно заметно в Великобритании 90-х годов. В 1995 году ВТ, например, помимо заложенного на искусство бюджета в 1,8 миллиона фунтов потратило еще 800 000 на сопутствующие расходы. Предлагая «обнищавшему» художественному музею подарок в виде рекламной кампании, которую он сам позволить себе не может, спонсоры пользуются возможностью раструбить повсюду о своей щедрости и высокой «корпоративной гражданской ответственности». В результате они сохраняют контроль как над рекламными средствами, так и над прибылью на выходе, потому что, как заметили в «Юнайтед Текнолоджиз Корпорейшн», производящей военную продукцию, они хотят «иметь гарантии, что конечный продукт имеет унифицированный вид и отвечает их стандартам качества»⁴⁸.



Закон Логоса

Еще более угрожающей кажется метаморфоза, которую претерпели организации, занятые в сфере искусства, в связи с усилением потребности спонсоров, помимо всего остального, обеспечить себе доступ на страницы редакторских колонок в «качественных» изданиях. Внеся свое имя в название спонсируемого им мероприятия или организации, спонсор гарантировал их неотъемлемость друг от друга и максимальную реклам-

ную отдачу от акта своей доброй воли. В 1980-х такое «именное спонсорство», несмотря на его популярность, ограничивалось мероприятиями вроде *BT New Contemporaries* («Новые имена») или *Barclays Young Artist Awards* (премия «Молодой художник»). В 90-е практика распространилась на названия организаций. С огромным бюджетом в 1,8 миллиона *BT* — не будем при этом забывать, что такую сумму компания получает в виде прибыли за пять часов работы, — теперь требует, чтобы ее название значилось в любом спонсируемом ими проекте. Поэтому теперь у нас не *Scottish Ensemble*, а *BT Scottish Ensemble*. Говорят, Роджер Броуд (*Rodger Broad*), директор компании по спонсорским проектам и рекламе, сказал, что организации, занятые в сфере искусства, никогда не возражали против этого контрактного обязательства⁴⁹.

Самая «прославившаяся» сделка об именном спонсорстве в сфере визуальных искусств была заключена между Институтом современного искусства (*ICA*) и «Тошиба Информейшн Системс» в апреле 1994 года. И хотя институт назывался не *Toshiba ICA*, а более осторожно — *ICA/Toshiba* с добавлением слов «при поддержке», логотип спонсорства был оформлен таким образом, что присутствие «Тошибы» было заметным и явным. «Тошиба» заплатила за свой статус «главного спонсора» на три года 300 000 фунтов, а консервативное правительство дополнительно выдало еще 75 000 фунтов по «парной схеме» (*The National Heritage Sponsorship Scheme*) на рекламу и маркетинг спонсорства, тем самым еще и поспособствовал работе Инновационной комиссии (*Innovation Commission*), которая сама по себе занимается повышением престижа спонсора⁵⁰. Однако не повсеместное присутствие логотипа спонсора (а в первый год спонсорства логотип мелькал до миллиона раз) позволило этой сделке стать «новой отправной точкой». Вестники и каталоги *ICA* теперь не только содержали редакционное обращение от «Тошибы», которое иной раз называлось «Заявление миссии “Тошибы”», а в другой делало акцент на слогане спонсора «Тошиба — на связи с завтра», но и помещение организации превратилось в коммерческий выставочный зал компании. Специально выстроенная для этого выставочная витрина с продукцией «Тошибы», которая называлась «Центр совершенства “Тошибы”», занимала видное место в вестибюле, а телевизоры и видеоматериалы компании активно использовались во время выставок. Такие изменения (а их было немало), по мнению тогдашнего директора *ICA* Мика Флуда

(*Mik Flood*), были в конечном итоге связаны с нехваткой денег, что «могло превратить тебя в застывшее на месте предприятие со скучной и прекрасной программой, потому что у тебя нет ничего, чтобы питать свои амбиции»⁵¹.

Поэтому неудивительно, что Флуд аплодировал щедрому дару «Тошибы», когда писал в своем двухгодичном отчете за 1993—1995 годы, что они «особенно благодарны за участие “Тошибы” в работе ICA». Дилемма состоит в следующем: как может ICA примирить смелую позицию, заявляя о своей миссии «стимулировать, обучать и поражать», а также «бросать вызов ортодоксальному в искусстве», с угодливостью перед корпоративным гигантом, который обладает огромной властью и влиянием как на Британских островах, так и во всем мире?

« — Все наши сотрудники постоянно говорили с журналистами, напоминая, что, пожалуйста, такие-то и такие компании спонсируют нашу выставку. — Они просто уперлись и все, но, в конце концов, что им будет плохого, если они поставят имя спонсора в конце ревью? »

В действительности, если учесть постоянное присутствие «Тошибы» в Музее Виктории и Альберта, «увековеченное» в «Галерее японского искусства Тошиба», корпорация «Тошиба» есть собственно воплощение культурного господства, осуществляемого транснациональными компаниями. Их амбиции

настолько велики, что будет совершенно уместным описать их деятельность в культурной сфере жаргонными словами 80-х — рейды и захваты, нацеленные на последовательное овладение всеми институциями.

Что же именно имеет в виду Флуд, когда с гордостью объявляет о том, что *ICA* продолжает «бросать вызов собственным представлениям»? То, что образ, возможно, всегда несколько иллюзорен или в лучшем случае просто недостаточно конкретен, потому что институт не может позволить себе ставить под сомнение собственную практику прислуживания корпоративным интересам и оценивать возможные последствия такого взаимодействия. Как и Тейт, *ICA* нацелен на расширение своих помещений в следующем тысячелетии — переезд в новое, специально построенное для него здание — и привлечение корпоративных денег в еще большем объеме.

Изменение культурного климата

С учетом всего вышесказанного и результатов исследования сложно понять, что пытался сказать Ричард Льюс, который долее других оставался на посту министра искусств в правление госпожи Тэтчер, когда утверждал, что от спонсоров не идет никакого «художественного вмешательства»: «Лорд Гудмен, президент премии Ассоциации делового спонсорства (*Association of Business Sponsorship Awards*) [*sic*], занимался вопросами искусства 17 лет и за все время ни разу не столкнулся с желанием компании взять на себя художественную сторону проекта»⁵². Это и подобные ему заявления делаются на допущении, что существует четкое разграничение между тем, что, так сказать, называется «художественной стороной», и «всем прочим», куда относятся источники финансирования и идеологический портрет.

Подобные утверждения просто недопустимы во многом из-за того, куда развилось современное искусство, оказавшееся в положении, когда его идентичность и принятие во многом зависят от того, в каком контексте оформляются созданные им произведения. Например, работа Рейчел Уайтред «Дом» («*House*»), которая принесла ей 20 000 фунтов от Премии Тернера в 1993 году (и, как известно, 40 000 фунтов от *K Foundation* за худшую работу годом ранее), была «сварена» «Артэнджел» (*Artangel*) при поддержке пива «Бекс». Создание «Дома», который до момента сноса находился в заброшенном районе Восточного Лондона, включало в себя гипсование

внутреннего пространства типичного таунхауса с последующим снятием полученных форм, которые запечатлели форму комнат. «Дом» был оригинальным проектом и даже радикальным в своем подходе к скульптурному пространству и в том, как он исследовал наши представления о домашнем пространстве, а вот его побочный продукт — этикетка «Дом» на пивных бутылках «Бекс», также выполненная Уайтред, — таким не был. Более того, этот лейбл — как раз то, что Фредрик Джеймисон называл «пастишем», «пустой пародией... которая потеряла свое чувство юмора», насмехаясь над «настоящим» «Домом»⁵³. Ирония заключается в том, что «Дом» — это дом, в который нельзя войти, а «Бекс» — «пиво, которое ты покупаешь не для того, чтобы выпить... если этикетка представляет большую ценность, чем содержимое бутылки»⁵⁴.

«

**Предлагая «обнищавшему»
художественному музею
подарок в виде рекламной
кампании, которую он сам
позволить себе не может,
спонсоры пользуются
возможностью раструбить
повсюду о своей щедрости.**

»

Искусство, которым дышит мир

Когда дело доходит до этического аспекта деятельности художественных музеев и вопроса о том, как путем посредничества власть передается и трансформируется в капиталистическую демократию, проблема спонсорства встает еще более остро.

Художественные музеи наряду с другими связанными с искусством организациями на протяжении лет боролись с этическими следствиями приема денег от табачных производителей, а в Великобритании «черный список» включал в себя также производителей оружия и некоторые политические режимы, такие, как ЮАР времен апартеида. Проблема оставалась преимущественно уделом академических исследований до появления 5 октября 1994 года на первой полосе «Нью-Йорк таймс» статьи под заголовком «“Филип Моррис” требует досрочного исполнения долговых обязательств в сфере искусства». Как раз в это время городской совет Нью-Йорка обсуждал законопроект, который запрещал курение практически во всех общественных местах в городе⁵⁵. В ответ на это табачная компания стала шантажировать город, угрожая перенести свою штаб-квартиру в другое место, если закон будет принят, уведя с собой 2000 сотрудников и, как следствие, спонсорскую поддержку искусства. «Если уровень такой корпоративной поддержки по какой-либо причине снизится, — звучала угроза в заявлении компании от 28 сентября, — то количественные и качественные показатели в сфере танцев, театра, музыки и художественных выставок, которые здесь представлены, могут сократиться»⁵⁶.

В отчаянии от готовящегося законопроекта «Филип Моррис» продолжал призывать организации, занятые в сфере искусства, которые он спонсировал, «замолвить словечко перед Питером Ф. Валлоне (*Peter F. Vallone*), спикером городского совета», главным поборником законопроекта. Стефани Френч (*Stephanie French*), вице-президент компании, которая отвечала за ее культурную программу, как говорят, посетила Валлоне, чтобы выступить перед ним против законопроекта, очевидно, представив ему последствия, связанные с финансированием искусства «Филип Моррис»⁵⁷. Несмотря на многомиллионную рекламную кампанию табачной индустрии, городскому совету и мэру Рудольфу Джулиани (*Rudolf Giuliani*) все-таки удалось превратить законопроект в закон, который вступил в силу 1 января 1995 года.

«Филип Моррис» имеет очень сильное присутствие в мире искусства, и ни один из музейных работников, с кем я проводила интервью в мае 1995 года, не осмеливался говорить о действиях компании. Щедро раздавая деньги, как это делал «Филип Моррис», табачные компании покупали молчание критики со стороны бюрократов от искусства и их институ-

ций. Примечательно, что именно опрашиваемый со стороны «Филип Моррис» признался, что между компанией и главными художественными музеями Нью-Йорка имел место «разговор». История, однако, отличалась от версии, предложенной в СМИ: это Карен Хопкинс из Бруклинской академии музыки, «чокнутой, великолепной добывательнице денег, но со странностями», пришла в голову эта идея, и она предложила ее компании:

«

**Этот лейбл — как раз то,
что Фредрик Джеймисон
называл «пастишем»,
«пустой пародией...
которая потеряла свое
чувство юмора».**

»

«Да, Стефани [Френч] обратилась, возможно, в Гутгенхайм, Метрополитен, к четырем-пяти нашим друзьям, позвонила им и сказала: “Вот что происходит. Если вы хотите позвонить в городской совет и мы для вас важны, сделайте это”. Это, как вы понимаете, довольно мелкий жест, учитывая, что мы входим в совет директоров четырех-пяти главных художественных институтов и спонсировали их многие годы. И на самом деле это было реакцией на инициативу самих художественных организаций. И, знаете, так оно и было. Никогда не было никакого давления [*sic*]... Не думаю, что это можно назвать тактикой давления. Считаю, это честный способ сказать: вот что происходит. Если вы можете что-то сказать, скажите...»

Это, как мне кажется, как раз тот самый момент, когда «культурный капитал», аккумулированный корпорацией, трансформируется самым неприкрытым способом в политическую власть, на службу корпоративным экономическим интересам, — даже если в этом конкретном случае «Филип Моррис»

не преуспел в своих делах. И не так-то просто подорвать влияние «Филип Моррис» в мире искусства. Несмотря на то что курение как таковое запрещено в музеях, Метрополитен-музей разрешил компании раздавать сигареты на премьере выставки «Истоки импрессионизма» (*Origins of Impressionism*), на которую «Филип Моррис» выделил 1 миллион долларов. Даже после вступления в действие закона в 1995 году вывеска над приемной штаб-квартиры компании гласила, символизируя предельную власть: «Мы приветствуем как курящих, так и некурящих». Действительно, учитывая размеры компании и ее власть, здание свободно от действия закона; как указал представитель компании, «мы никогда не делаем ничего незаконного», мы просто «свободны от закона».

Несмотря на то что художественные музеи едва ли можно считать местом, где играют в радикальную политику, все же они всегда изображали себя — по крайней мере, в буржуазной культуре позднего капитализма — как хранителей гуманистических ценностей и отстаивали за произведения искусства, размещенными под их крышей, роль источника духовного обогащения. Однако, принимая деньги от табачных компаний, не заявляя открыто о вреде курения, а, наоборот, лоббируя интересы производителей табака, музеи выставляют на продажу свою миссию, которую они парадоксальным образом представляют как «расширение горизонтов жизни». Безошибочным сигналом служит тот факт, что даже самый крупный музей США не может позволить себе этические суждения, когда в дело замешаны деньги. Как, извиняясь, заметил один из его руководителей, «у нас недостаточно денег, чтобы сказать: нет, мы не можем принять ваши деньги из-за того, как вы их зарабатываете. Мы никогда так не поступаем ни с кем».

Для сравнения: в Великобритании государственные художественные музеи и галереи до сих пор в некоторой степени сохраняют отчетность перед государством за ежегодно получаемые государственные средства. Например, по заверениям Тейт, у них нет формальной политики в отношении спонсорства:

«Галерея не принимает средств от табачных компаний или производителей вооружений. Спонсорская поддержка от алкогольных производителей не принимается для реализации юношеских проектов. В прошлом галерея не допускала сотрудничества с компаниями, ведущими деятельность в Южно-Африканской Республике, но ситуация изменилась после конституционных изменений в стране в 1994 году».

Остается вопрос, насколько жестко данные принципы соблюдаются. В конце концов, природа корпоративного капитала в конце XX века стала настолько мобильна в мировом масштабе, а деловые интересы настолько разнообразны в результате безумного бума захватов, слияний и разукрупнений, произошедших за последние пятнадцать лет, что изучение наступивших изменений требует систематических и последовательных усилий. Более того, политика определяется таким образом, чтобы допустить широкие возможности для интерпретации. Очевидно, что в прошлом Тейт не торопилась дать буквальное определение понятию делового сотрудничества: разве *BP* не была глубоко вовлечена в нефте- и угледобычу на территории ЮАР в то время, когда галерея пользовалась ее щедростью?

«

**Как указал представитель
компании, «мы никогда
не делаем ничего
незаконного», мы просто
«свободны от закона».**

»

Плата за вход

Проблема спонсорства со стороны многонациональных компаний имеет тревожные последствия для демократического государства. С учетом огромного капитала таких компаний они могут легко направлять выставки и даже сами организации, занятые в сфере искусства, через национальные границы куда угодно, следуя диктату рынка. Кроме того, происхождение и прошлая история дарителя не всегда могут оказаться такими уж прозрачными. Речь в данном случае пойдет о «Зале Номура» в Тейт и «Номура Секьюритиз», самой крупной в мире брокерской компании. Через Международный совет галереи Тейт и ее председателя совета и члена правления Гилберта де Боттона

(*Gilbert de Botton*) «Номура Секьюритиз» пожертвовала Тейт 1,5 миллиона фунтов на оформление одного из залов, который был назван «Зал Номура» в честь компании⁵⁸.

Новость о такой небывалой щедрости дошла до ушей премьер-министра Маргарет Тэтчер, которая похвалила компанию: «Я необыкновенно рада, что “Номура Секьюритиз” выделяет деньги на строительство новой галереи, и я надеюсь, что и другие фирмы последуют их примеру»⁵⁹. Открытие «Зала Номура» было запланировано на начало 1990 года, а тем временем «Номура Интернешнл», новая штаб-квартира компании в Европе, «самая крупная удерживающая фасад компания в Европе», которая занимала в Сити целый квартал, была открыта Джоном Мейджором 31 декабря 1990 года, в последний день его пребывания на посту лорда-канцлера. Время наступления обоих событий едва ли можно назвать совпадением. Более того, европейские гастроли Королевского национального театра с постановками «Ричарда Третьего» и «Короля Лира» в начале 1991 года, которые спонсировались «Номурой» в ознаменование открытия представительств компании в Праге и Будапеште, новой открытой для предпринимательства зоне в Восточной Европе, показывают, что пожертвования компании были связаны с более широкой корпоративной стратегией. На семинаре, проводившемся в феврале 1992 года в штаб-квартире «Номуры», Кит Кларк (*Keith Clarke*), который в то время заведовал отделом коммуникаций в компании, отметил, что их выходу в Чехословакии способствовала встреча за обедом с драматургом Вацлавом Гавелом, ставшая возможной только благодаря гастролям английской труппы в Праге. В результате «Номура Секьюритиз» выиграла важные тендеры чешского и венгерского правительств⁶⁰. Колин Твиди (*Colin Tweedy*), генеральный директор *ABSA*, сжато резюмировал итоги этой операции: «Если вы — японское предприятие, которое стремится прорваться на европейский рынок, вы должны стараться сделать как можно больше “неяпонского”. Ну что может быть вернее, чем в английском театре поставить пьесы Шекспира?»⁶¹

Никаких «официальных» записей не существует, поэтому нельзя сказать наверняка, покупку какого доступа должно было обеспечить пожертвование «Номуры» галерее Тейт. Однако справедливо можно заметить, что, как в случае с европейскими гастролями Национального театра и другими многонациональными предприятиями, связанными с искусством, все крутилось вокруг одного и того же: мероприятий, зарабо-

тывающих влияние, получения доступа на зарубежные рынки, в данном случае британский, политиков и деловых контрактов.

Случай с «Номурой» также иллюстрирует один из наиболее примечательных и вызывающих вопросы аспектов в недавно наметившейся тенденции развития спонсорства, а именно завесу секретности, которая скрывает многие сделки. Вместе с мощным притоком капитала, в особенности иностранного,

«

**Разве ВР не была глубоко
вовлечена в нефте-
и угледобычу на территории
ЮАР в то время, когда
галерея пользовалась
ее щедростью?**

»

в британские государственные художественные музеи и галереи, начиная с правления Тэтчер, принимающие пожертвования институции вынуждены сохранять все большую секретность. Щедрое пожертвование «Номуры» едва ли получило широкое освещение в СМИ, в отличие от пристального внимания к трехгодичной сделке стоимостью в 500 000 фунтов между ICA и «Тошибой» или же пожертвования «Бекс» в размере 350 000 фунтов. Представитель компании отказался ответить на мои вопросы, разве что сказал, что сделка имела одноразовый характер, решение о ней было принято в Японии и что Гилберт де Боттон, по их словам, «имел отношение» к сделке — собственная многонациональная финансовая компания де Боттона, «Глобал Эссет Менеджмент», является клиентом «Номуры». В Тейт также не были особенно многословны, сообщив, что договоренности между галереей и «Номурой» носят конфиденциальный характер. Более того, меня «попросили» отправить им «все части [моей] диссертации, ссылаю-

щиеся на Тейт, прежде чем сдать ее, для одобрения и внесения поправок при необходимости».

Разумеется, это не вопрос импортирования традиционной японской этики ведения бизнеса, для которой характерна секретность, в Великобританию — британцы и сами способны напустить секретности. Скорее, речь здесь идет о последствиях для национальной демократии, которые несут в себе культурные операции многонациональных компаний. В ином, но вполне релевантном, контексте Реймонд Уильямс красноречиво комментирует подъем рекламы в капиталистической экономике:

«Это результат того, что контроль над средствами производства и распределения остается в руках меньшинства, и можно добавить, учитывая нарастающую значимость этой тенденции в британской экономике, — в иностранных руках, так что некоторые решения этого меньшинства даже не представляются обществу, на которое они влияют»⁶².

В то же время, когда должно было состояться открытие «Зала Номура» в Тейт, в конце июня, выяснилось, что в Японии «Номура Секьюритиз» наряду с тремя другими крупнейшими брокерскими домами оказались вовлечены в самый крупный со времен войны финансовый скандал. Масштаб скандала был такой, что в конечном итоге он привел к отставке в октябре того года министра финансов Японии Рютаро Хасимото (*Ryutaro Hashimoto*), а американские и британские специалисты (Комиссия по ценным бумагам и биржам и Управление по ценным бумагам и фьючерсам соответственно) занялись расследованием деятельности компании в своих странах. Незаконная деятельность, в которой «Номура» была признана виновной, заключалась в незаконной компенсации, выплачиваемой любимым клиентам, уклонении от налогов и, сверх всего прочего, в широком сотрудничестве со вторым самым крупным преступным синдикатом в Японии, «Ингава-кай». Общественное негодование в Японии может не слишком волновать Великобританию, разве что финансовые круги, хотя вопрос запятанных денег не может быть замолчан. Но сложно представить себе что-то более трагикомичное, чем «Зал Номура» в Тейт, который задумывался как способ вывести компанию на мировую сцену корпоративного пантеона, а теперь должен стать постоянным мемориалом неловкой неосторожности галереи Тейт.



Искусство и реклама

В восьмидесятые в художественных музеях как Великобритании, так и США произошли глубокие изменения, последствия которых только сейчас, по мере того как столетие подходит к концу, становятся очевидны. Принципиально важно, что британские художественные галереи пребывали и, конечно, продолжают пребывать в атмосфере финансовой нестабильности без поддержки, которую ранее обеспечивало им государство. Фэй Баллард (*Fay Ballard*), глава отдела по развитию в Тейт, сказал: «Тейт — как голодное животное, которое нуждается в постоянном кормлении»⁶³. Стесненные финансовые обстоятельства и рост спонсорской поддержки искусства идут рука об руку. Однако рассматривать мощное корпоративное присутствие в художественных музеях и в мире искусства в целом как явление исключительно финансового толка было бы грубой ошибкой. Это доминирующее присутствие как следствие экономической власти компаний несет глубокие последствия для культурного ландшафта как британского, так и американского общества.

Один из таких проявленных эффектов этой корпоративной обработки можно наблюдать в общественном восприятии ху-

дожественного музея. Все брошюры и баннеры, посвященные выставке, украшены выражениями благодарности: «Выставка состоялась благодаря щедрому дару корпорации такой-то» или, как во время агрессивной кампании *BP*, «Благодаря *BP* в течение года галерея Тейт сможет сменить экспозицию во всех своих галереях, представить новую экспозицию и предложить вам еще больше своих шедевров». Эти обращения

«

— Если вы — японское предприятие, которое стремится прорваться на европейский рынок, вы должны стараться сделать как можно больше «неяпонского». Ну что может быть вернее, чем в английском театре поставить пьесы Шекспира?

»

в сочетании с выставками-блокбастерами помогают создать в голове зрителя иллюзию, будто сегодняшние музеи — это места, где проходит череда мегавыставок, осуществленных благодаря поддержке корпораций. И хотя точные данные по художественным музеям Америки, которые бы показали соотношение государственного и корпоративного финансирования, недоступны, про Великобританию, по крайней мере, можно сказать, что государственный сектор по-прежнему обеспечивает основную часть финансирования музеев и галерей.

И здесь также самое время задаться вопросом, каким образом корпоративное спонсорство сказало на художниках и их профессиональных карьерах — эту проблему пыталась решить статистическим методом Виктория Александер, но безуспеш-

но⁶⁴. Ничья карьера не была так тесно переплетена с корпоративным спонсорством, как судьба звезды художественного мира Дэмиена Херста. По словам Роберта Хьюисона, карьера Херста с самого начала процветала благодаря спонсорам — от «Олимпия и Нью-Йорк» и «Лондон Докланд Девелопмент Корпорейшн», которые финансировали его заурядную студенческую выставку «Мороз» (*Freeze*), до *BT New Contemporaries* в 1989 году, *Naagen-Dazs* в галерее «Серпентайн» в 1994 году и заказа на эскиз декораций к современной опере «Агонго» («*Agongo*»), который проспонсировал в 1995 году «Бекс»⁶⁵. Блестящая карьера Херста достигла своего пика, когда он выиграл в 1995 году Премию Тернера. Пожалуй, Херст, который со своими манипуляциями с овцами, коровами и акулами в формальдегиде когда-то оказался предметом диспутов в лондонских авангардистских кругах, лучше, чем кто-либо другой, может высказаться по этому поводу:

«Если искусство — это жизнь, то вам никак не избежать этой ее стороны. В колледже Голдсмита реально призывали ломать барьеры и искать новые пути, и спонсорство — часть этого всего. Безусловно, оно сказывается на том, как принимают работу, но это то, с чем нужно работать. Конечно, я не могу представить, что обращаюсь в Комиссию по мясному маркетингу (*Meat Marketing Commission*), но можно сделать политическое заявление, сотворив что-нибудь ужасное с животными, и получить за это спонсорскую поддержку от “Друзей планеты” (*Friends of the Earth*)»⁶⁶.

Карьера Херста, сочетающая в себе «шокирующую» составляющую самого современного искусства со спонсорством буржуазного мира, которому однажды авангард решил бросить вызов, только на первый взгляд может показаться парадоксальной. Эпатаж и пиар, что несет с собой современное искусство, — это как раз то, что привлекает спонсоров, которые ищут специфический рынок и хотят использовать образ чего-то молодого, инновационного, клевого. Хьюисон сказал так: «Спонсорство может стать еще одним предметом среди материалов художника. Однако в процессе сам художник становится еще одним предметом рекламы»⁶⁷.

Консерваторы по обе стороны Атлантики уже давно высказывают и отстаивают мнение о том, что искусство для гарантии выбора в условиях демократии должно финансироваться из разных источников. В Америке это часто означает, что роль федерального правительства должна быть ограниченной и кос-

венной, «иначе это будет навязанная государством культура, что противоречит американской плюралистической традиции»⁶⁸. Подобная риторика в отношении плюралистического финансирования часто звучала и в Великобритании. Министр искусств Ричард Льюк говорил следующее: «Плюрализм финансирования означает, что организации, занятые в сфере искусства, смогут распределять свои риски и стать менее зависимыми от одного источника финансирования. Плюралистическое

«

**Меня «попросили» отправить
им «все части [моей]
диссертации, ссылающиеся
на Тейт, прежде чем
сдать ее, для одобрения
и внесения поправок при
необходимости».**

»

финансирование добавит жизнеспособности искусству и послужит защитой против факторов, ограничивающих художественное выражение»⁶⁹. Демократическая составляющая такого заявления просто-напросто ничем не подкреплена. Так называемое плюралистическое финансирование, как показано в этой работе, — это не что иное, как еще один этап приватизации, нацеленной на то, чтобы перевести художественные музеи и галереи из государственного сектора в корпоративные руки. Оно не дает ничего, кроме поддержания существующих в обществе экономических отношений. В докладе, сделанном на Конгрессе профсоюзов, говорится: «Важно помнить, что деятельность частного спонсора в искусстве, в отличие от государственного, не подвержена демократическому контролю ни в какой степени»⁷⁰. Продолжающийся захват неэкономических территорий

со стороны корпораций, что можно считать одним из самых ярких проявлений позднего капитализма, должен открыть нам глаза на то, что увеличение спонсорской поддержки в искусстве — в лучшем случае палка о двух концах.



Художественная коллекция IBM

Подводя итоги изменений, произошедших в 80-е годы, и обращаясь к будущему, хочется кратко рассмотреть два недавних значимых события, одно из которых произошло в Америке, а другое — в Великобритании. Возможно, они указывают на то, в каком направлении будет происходить корпоративное наступление в области искусства в ближайшие десятилетия. Во время кризиса начала 90-х самый крупный в мире производитель компьютеров, *IBM*, терпел самые серьезные убытки за всю историю своего существования. Как и многие другие компании по всей Америке, *IBM* приняла меры по своему «разукрупнению», или, воспользуемся эвфемизмом, «оптимизации». В частности, в рамках мер по сокращению расходов они закрыли свою Галерею науки и искусств в своей штаб-квартире в Нью-Йорке в августе 1994 года, но, что важнее, они распродали значительную часть своей художественной коллекции — стоимость которой оценивалась в 90 процентов общей стоимости компаний — на серии аукционов «Сотбис» в Нью-Йорке в 1995 году.

Коллекция, начало которой положил основатель *IBM* То-

мас Уотсон в конце 30-х годов и которую с тех пор именовали «одной из самых значимых корпоративных коллекций Америки», с самого начала выполняла главную функцию в сфере пиара. В климате финансовой стесненности, однако, на нее стали смотреть как на «необязательный актив», и было принято решение о ее продаже. Вот что сказал по этому поводу представитель компании: «Мы не занимаемся бизнесом в сфере искусства, наш бизнес — это информационные технологии»⁷¹.

«

Государственный сектор по-прежнему обеспечивает основную часть финансирования музеев и галерей.

»

Такое высказывание представляет собой жесткий контраст с тем, о чем *IBM* пишет в каталоге к выставке 1989 года «50 лет коллекционирования: искусство в *IBM*», указывая на «непоколебимую верность корпорации *IBM* в деле всемирной поддержки искусства...»⁷². Случай *IBM* не единственный. В пору своего расцвета в 80-е корпоративное наступление в искусстве взяло такой темп и градус, которые оказались слишком амбициозными и самоуверенными. Подобно Икару, поднявшись на крыльях финансовых спекуляций, оно слишком близко подошло к солнцу, и его оперение рискует опасть при появлении экономических трудностей.

Абсолютная реклама

Тем временем в Великобритании корпоративное спонсорство в искусстве продолжает набирать обороты и не проявляет признаков упадка, наметившихся по ту сторону Атлантики. Беспринципный отказ от целостности художественного учреждения и готовность устроить рекламную кампанию спон-

сору под прикрытием выставки можно наблюдать в недавно организованном мероприятии Музея современного искусства в Оксфорде (МОМА). Хвастливо называя себя «одним из самых влиятельных музеев в Европе» и гордясь тем, что был «ведущей альтернативной площадкой в Великобритании в 60-е и начале 70-х годов»⁷³, в 1996 году музей провел выставку с поистине «революционным» названием *Absolut Vision* с подзаголовком «Новая британская живопись 1990-х»⁷⁴. Играя со словами *absolute*, *Absolut* (водочный бренд) и *about*, с их звучанием и графическим написанием (*s* и *l* написаны другим шрифтом), название можно прочесть как *Absolut[e] Vision*, или *Absolut Vision*, или *About Vision*.

Не довольствуясь ролью первооткрывателей в сфере проникающей рекламы, водка *Absolut* совершила новый шаг в деле просачивания в самое сердце выставки с неслыханной для британских спонсоров дерзостью. В выставку была включена картина Криса Офили (*Chris Ofili*), которая была ему специально заказана, с изображением бутылки водки «Абсолют». Не менее «топорно» рекламные цели спонсора отражены в названии картины «*Imported*», которое перекликается со словами, использованными в нижней части водочной этикетки. Работа со всеми знаковыми деталями Офили — масляной краской, блестками и слоновьими испражнениями — была удостоена похвалы уходящего с поста директора музея Дэвида Эллиотта, который назвал ее «новым волнующим произведением», а в конечном итогеполнила собственную корпоративную коллекцию «Абсолюта».

И здесь возникает такой вопрос: если выставка и в самом деле предлагает поприветствовать видение нового тысячелетия, то о чьем, собственно, видении идет речь? Водки «Абсолют»? Музея? Шведских владельцев бренда «Вин энд Спирит»? Или их распространителей «Сиграм»? История проникновения шведского бренда в искусство, как любая история успеха, одновременно и гордая, и грязная. Их напористая коммерческая амбиция вывести свой бренд в модный верхний рыночный сегмент международного рекламного мира соседствовала с политикой ассоциирования себя с экспериментальным авангардным искусством. Все началось в 1985 году, когда бренд заказал Энди Уорхолу, «крестному отцу поп-арта», изображение бутылки «Абсолют», после чего 600 художников были наняты для создания «искусной рекламы». Масштабы этой операции таковы, что водка «Абсолют» может похвастаться тем, что стала «своеобразной глобальной художественной галереей»⁷⁵. Делая деньги

на статусе авангардных художников, делавших им рекламу, литографические издания которой затем выгодно продавались их бывшими дистрибьюторами (*Carrillon Importers of Teaneck, New Jersey*) в конце 80-х, владельцы бренда и их дистрибьюторы преуспели в трансформировании спиртного напитка из предмета потребления в форму искусства. Как они сами теперь с гордостью говорят, «искусство стало важным посредником для выражения базовых ценностей и магии водки “Абсолют”»⁷⁶.

«

**Эпатаж и пиар,
которые несет с собой
современное искусство, —
это как раз то, что привлекает
спонсоров, которые ищут
специфический рынок и хотят
использовать образ чего-то
молодого, инновационного,
клевого.**

»

Возможно, как считает сама компания, «когда водка “Абсолют” участвует в событии, то границы между искусством, модой, пиаром и маркетингом размываются еще задолго до того, как будет налита первая рюмка напитка»⁷⁷. Чьим бы видением это ни было и кому бы оно ни было предназначено, его определенно можно назвать новым видением, которое радикально и необратимо изменило то, как мы смотрим на мир искусства и коммерции. Оксфордский Музей современного искусства финансируется на долгосрочной основе внушительным списком уважаемых государственных организаций, однако именно

частному корпоративному спонсору единичного мероприятия отдается заслуга в деле определения, в каком направлении будет двигаться искусство, а также в формировании представления о том, каким может быть его будущее ⁷⁸.

После десяти и более лет продвижения корпоративного искусства со стороны консервативного правительства предпринимательские взгляды и практики в мире искусства можно теперь считать в Великобритании полностью выращенным дома продуктом. Когда Джанет Минихан (*Janet Minihan*) проводила исследование государственного финансирования искусства в Великобритании в середине 70-х годов, она решила назвать свою работу «Национализация культуры». Несколько сменявших друг друга консервативных правительств, без сомнения, преуспели в разрушении государственного финансирования культурной жизни.

«

— Искусство стало важным посредником для выражения базовых ценностей и магии водки «Абсолют».

»

Насколько радикально новые лейбористы собираются изменить взгляд на искусство, нам еще предстоит увидеть. В недавнем полном отчете по затратам Министерство культуры, средств информации и спорта объявило о том, что намеревается вернуть бесплатный проход во все национальные музеи в ближайшие три года. По сравнению с многочисленными вытягивающими деньги уловками, которые консерваторы навязывали музеям и галереям Британии, меры нового лейбористского правительства дают основания предположить, что они обдумывают более широкий государственный подход к искусству. С другой стороны, назначение медиамагната Джерри Робинсона (*Gerry Robinson*) на должность председателя Совета по искусству Англии, кажется, ясно указывает

на то, что, когда речь заходит об искусстве и культуре, деловой опыт и ценности у нас весьма и весьма приветствуются. И недавно вышедшая из-под пера бывшего министра культуры «Креативная Британия» не дает представления о культурной политике новых лейбористов⁸⁰. От книги, которую отличают загоняющая в тоску расплывчатость и одержимость вопросом об экономической значимости искусства, остается впечатление, будто ты смотришь в прошлое, на консервативную этику скупости, которая постоянно говорила о ценности денег, а не в будущее, где происходит становление по-настоящему общественной культуры.

Процесс приватизации культуры в Америке и в Великобритании шел по нарастающей, но есть и другие страны, например, Франция, которая неохотно ступает на путь приватизации именно в этой сфере и продолжает выделять значительные средства на финансирование искусства. Более того, положение гегемона никогда не бывает абсолютным, оно зависит от баланса целого ряда различных факторов и подвержено бесконечному процессу согласования и пересогласования. Нынешнее доминирующее положение корпораций в мире искусства зависит, по крайней мере, от общественной политики, их собственной экономической власти и в некоторой степени от амбиций и чаяний художественных институций и сидящих в них бюрократов. Развал художественной империи IBM может служить знаком близящегося напряжения и разрыва внутри существующей системы, и, может быть, однажды возникнут места сопротивления, которые бросят вызов системе и зададутся вопросом, что на сегодняшний день есть господствующий порядок.

Перевод с английского Елены Напреенко

1. Цитата из специального рекламного приложения к «Чейз Манхэттен», которое называлось «Американ Бизнес энд Артс», *Forbs*, 27 октября 1986 года.

2. С подробным анализом изменений в общественной политике в отношении искусства в десятилетие правления Рейгана и Тэтчер можно ознакомиться здесь: *Chin-Tao Wu, Privatising Culture: Aspect of Corporate Intervention in Contemporary Art and Art Institutions during the Reagan and Thatcher decade, Ph.D thesis, University of London, 1997.*

3. Colin Tweedy, «Sponsorship of the Arts — An Outdated Fashion or the Model of the Future?», *Museum Management and Curatorship*, 10, June 1991, p. 161.
4. Deanna Petherbridge, «Patronage and Sponsorship: the PS of the Bottom of the Art Balance Sheet», *Art Monthly*, № 38, July-August 1980, p. 9.
5. Winton M. Blount, *Business Support to the Arts is Just Good Sense*, New York, 1984, процитировано по: Michael Useem, *Inner Circle: Large Corporations and the Rise of the Business Political Activity in the USA and the UK*, New York, 1984, p. 87.
6. Willard C. Butcher, *Going Public for the Private Enterprise System*, New York, 1980; cited in: Useem, *Inner Circle*, p. 89
7. Sam Hunter, *Art in Business: The Philip Morris Story*, New York, 1979, p. 37.
8. Michael Useem and Stephen I. Kutner, «Corporate Contributions to Culture and the Arts», in Paul J. DiMaggio, ed., *Nonprofit Enterprise in the Arts*, New York, 1986, pp. 99—100.
9. С подробным анализом исследования и методологией можно ознакомиться здесь: *Chin-tao Wu, Privatising Culture*. В целях конфиденциальности названия и имена не называются, за исключением случаев, когда они уже ранее были опубликованы. Все анонимные цитаты взяты из интервью, которые я проводила в период с 1992 по 1996 год в Лондоне и Нью-Йорке.
10. Paul DiMaggio, «Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston», *Media, Culture and Society*, no. 4, 1982, p. 35.
11. См.: Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, New York, 1994.
12. Цитата приводится по: Louisa Buck and Philip Dodd, «Relative Values and What's Art Worth?», London, 1991, p. 63. Томас Ховинг был директором нью-йоркского Метрополитен-музея с 1966 по 1977 год.

13. *Pierre Bourdieu, «Distiction», trans. Richard Nice, London, 1984.*
14. *Paul DiMaggio and Michael Useem, «Social Class and Arts Consumption», Theory & Society, vol. 5, N° 1, 1978, pp. 141—61.*
15. Согласно Марку Шустеру, налоговые льготы для пожертвований и спонсорской поддержки бизнеса фактически одинаковые. См. «*The Non-Fungibility of Arts Funding*» в *Harry Hillman-Chartrand, ed., The Arts: Corporations and Foundations, Canada Council, Arts Research Seminar 4, September 1985, p. 46.*
16. Спонсорская деятельность — это законные бизнес-расходы, которые, таким образом, должны вычитаться при расчете коммерческой прибыли предприятия, если все расходы идут «исключительно и целиком на коммерческие цели и, таким образом, относятся к текущим, а не капитальным затратам».
17. Конечно, их ответы не обязательно точны. Естественно, компании склонны подчеркивать степень успешности их спонсорской деятельности. Несмотря на это, процентные показатели дают наглядное представление о том, что они считают рациональным основанием для ведения спонсорской деятельности.
18. По данным «Конференс Борд», на издательские корпорации приходится самая большая доля пожертвований на культуру и искусство — 20,4%; финансовые организации приносят 19,3%, нефтегазовые компании — 18,4%. С точки зрения общего объема средств, однако, самые крупные жертвователи — нефтяные компании. См.: *Kathryn Troy, Annual Survey of Corporate Contribution, New York, 1983, p. 30*; процитировано в: *Schuster, «The Non-Fungibility of Arts Funding», p. 12.*
19. *Cultural Affairs Department, Philip Morris Companies, Philip Morris and the Arts: 35 Year Report, New York, 1993.*
20. Цитируется по: *Robert Merz, «The Corporation as Art Patron: A Growth Stock», Artnews, May 1979, p. 45.*
21. *Hunter, Art in Business, p. 84.*
22. *Philip Morris and the Arts, p. 8.*

23. Цитируется в: *Rick Rogers, «The Ethics of Sponsorship», Arts Express, June 1986, p. 10.*

24. См.: *Conference Board, Annual Report of Corporate Contribution, 1988 edition, Advance Report, New York, 1988; цитируется в: Michael Useem, «Corporate Support for Culture and the Arts», in Margaret J. Wyszomirski and Pat Clubb, eds., The Cost of Culture, New York, 1989, p. 54.*

25. См.: *Association for Business Sponsorship of the Arts, Business Support for the Arts 1993/94. London, 1994.* Цифры по музеям не могут служить точным указанием на средства, выделяемые на современное искусство, так как учитывают музеи разных типов.

26. Подробно ознакомиться с проблемой можно здесь: *Paul DiMaggio, Michael Useem and Paula Brown, Audience Studies of the Performing Arts and Museums: A Critical Review, Washington, DC, 1977.*

27. *James Odling-Smee, «Refreshing the Arts», Art Monthly, № 178, July-August 1994, pp. 20—23.*

28. *Victoria Dean Alexander, From Philanthropy to Funding: The Effect of Corporate and Public Support on Art Museums, Ph.D. thesis, Stanford University, 1990, p. 91.*

29. *Libet Nilsen, «How Will Museums Survive in Tomorrow's World?», Artnews, Summer 1982, p. 81.*

30. *Hilton Cramer, «The Hoving Era in the Met», in Kramer, The Revenge of the Philistines: Art and Culture, 19.*

31. *Anthony Thorncroft, «Museums and Art Galleries: Journey into a Real World», The Financial Times, 11 June 1988.*

32. Цитируется в: *Penelope Cagney, «Can US Fund-Raising help British Arts?», Fund-Raising Management, vol. 19, № 8, October 1988, p. 77.*

33. *Waldemar Januszczak, «The shock of Serota», The Guardian, 26 November 1988.*

34. Цитируется в: *Petherbridge*, «*Patronage and Sponsorship*», p. 17.
35. *Ernest Beck*, «*Nicholas Serota: Getting the Hang of It*», *Artnews*, vol. 88, March 1989, p. 118.
36. Там же.
37. *Anthony Thorncroft*, «*Tate Plays for High Stakes — But Has it Got the Winning Card with Bankside?*», *The Financial Times*, 28 January 1995, p. 8, and «*Millenium Funds the Bankside Tate*», *The Financial Times*, 31 October 1995, p. 15.
38. *Anthony Thorncroft*, «*Contemporary Backers Feel Safe at the Tate Sponsorship*», *The Financial Times*, 5 May 1995, p. 15.
39. *AMCON Group, Inc.*, *Seminar on Business Support of the Arts*, 3 June 1981, New York, p. 59.
40. *Leonard Sloane*, «*Is Big Business a Bonanza for the Arts?*», *Artnews*, vol. 79, October 1980, p. 115.
41. Цитируется в: *Hans Haacke*, «*Museums, Managers of Consciousness*», in *Brian Wallis*, ed., *Hans Haacke: Unfinished Business*, New York, 1968, pp. 69—70.
42. *Tate Gallery Corporate Membership Programme*, brochure, p. 5.
43. *Tate Gallery, Cesanne*, London, 1996, p. 597.
44. *Jeremy Lewison*, «*New Directions for a National Direction*», *Museum Management and Curatorship*, 10 June 1991, p. 201. Коммерческие консультаты по произведениям искусства и продавцы, такие, как Мэри Бун (*Mary Boone*) в Нью-Йорке, Сонья Коод-Адамс (*Somia Coode-Adams*) и лондонская галерея Энтони Дофея (*Anthony d’Offay*), также продают произведения искусства в галерею Тейт.
45. *Waldemar Januszczak*, «*No Way to Treat a Thoroughbred*», *The Guardian*, 15 February 1986, p. 11.
46. Совет по искусству дошел до того, что издал руководство,

в котором требовал «должного признания» от финансируемых им организаций в сфере искусства; см.: *Anthony Thorncroft, «An Honest Broker», Classical Music, 22 September 1979, and «Two Paymasters for the Arts», The Financial Times, 19 March 1980.*

47. Брайан Энджел был директором ART/London 89; см. «*Success at Last: The Media Credit Breakthrough*», *ABSA Bulletin, Autumn-Winter 1989, p. 3.* Подобную жалобу озвучил и Линнет Ройл (*Lynnete Royle*), глава по связям с общественностью в «Гиннессе»: «Но я опасаюсь, что если люди не встрепенутся, то спонсоры, для которых важен пиар, предпочтут в качестве средства продвижения вперед спортивный сектор, а не искусство». См.: «*Credit the Connection*», *ABSA Bulletin, Autumn 1993, p. 13.*

48. *Diane J. Gingold, Business and the Arts: How They Meet the Challenge, Washington, DC, 1994.*

49. *Andy Lavender, «Patronage by Numbers», The Times, 12 July 1994.*

50. «Парная схема» была запущена в феврале 1995 года вместо *BSIS (Business Sponsorship Incentive Scheme)*, которая была создана консервативным правительством в 1984 году для стимулирования спонсорской деятельности за счет выделения наличных средств корпоративным спонсорам.

51. *Claire Armitstead, «Risky Business», The Guardian, 13 January 1993.*

52. *Alys Hardy, «Luce Vows “No Artistic Interference”», The Stage, 11 May 1989, p. 2.*

53. См.: *Fredric Jameson, «Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism», NRL 146, July-August 1984, p. 64f;* перепечатано в переработанной форме в: *Jameson, The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983—1998, Verso, London, 1998, p. 4f.*

54. *Robert Hewison, «Out to Change the Message on a Bottle», The Sunday Times, 28 May 1995, p. 10.*

55. *Paul Goldberger, «Philip Morris Calls In IOUs in the Arts», The*

New York Times, 5 October 1994, pp. 1, 14. Похожая история упоминалась за два дня до этого в «Нью-Йорк обсервер», но она была слишком короткой, чтобы стать предметом споров: «*Philip Morris Blackmail Scam*», *The New York Observer*, 3 October 1994.

56. Цитируется в: *Jeffery Hogrefe*, «*Second-hand Smoke Hits Arts Angel*», *The New York Observer*, 17 October 1994.

57. Там же.

58. Там же. *Mary Brandenburg*, «*Sustenance: From the City*», *Accountancy*, September 1988, p. 69.

59. Там же.

60. Там же. *Anthony Thorncroft*, «*Identity Crisis*», *The Financial Times*, 9 March 1992, p.13.

61. Цитируется по: *Matthew Fletcher*, «*The Art of Patronage*», *Accountancy Age*, July-August 1991, p. 9.

62. *Raymond Williams*, «*Advertising: The Magic System*», *Problems in Materialism and Culture*, Verso, London 1980, p. 193.

63. *Dalya Alberge*, «*The arts Donors*», *The Independent*, 25 February 1992, p. 15.

64. *Alexander*, *From Philanthropy to Funding*.

65. *Robert Hewison*, *Message on a Bottle*.

66. Там же.

67. Там же.

68. *Kevin V. Mulcahy*, «*Government and the Arts in the United States*», в *Milton C. Cummings, Jr. and Richard S. Katz, eds., The Patron State*, New York, 1987, p. 313.

69. *Richard Luce*, «*Government Goals*», *Greater London Arts Quarterly*, vol. 9, Summer 1987, p. 11.

70. *Trade Union Congress, The TUC Working Party Report on the Arts, London, 1976, p. 30.*

71. *Nicholas Bannister, «Writing on the Wall for IBM's \$25m Collection of Paintings», The Guardian, 15 February 1995, p. 14.*

72. *IBM, 50 Years of Collecting: Art at IBM, New York, 1989.*

73. Брошюра под названием «10 Good Reasons Why You Should Be a Friend to MOMA». *Museum of Modern Art, Oxford.*

74. *Absolut Vision: New British Painting in the 1990s.* Выставка проводилась с 10 ноября 1996 года по 23 февраля 1997 года.

75. *From the Fine Art of Advertising to the Advertising of Fine Art,* рекламный материал, изданный компанией, p. 16; также см.: «Absolut Beginner», *The Guardian, 11 October 1995, p. 10.*

76. *Goran Lundqvist* (президент компании «Абсолют»), «Absolut Vision» in «About Vision»: *New British Painting in the 1990s, Oxford, 1996, n.p.*

77. *From the Fine Art of Advertising to the Advertising of Fine Art.*

78. Музей финансируется Советом по искусству Англии, организацией *Southern Art*, Советом графства Оксфордшир и Оксфордским городским советом.

79. *Janet Minihan, The Nationalisation of Culture: The Development of State Subsidies to the Arts in Great Britain, London, 1977.*

80. *Chris Smith, Creative Britain, London, 1998.*

ОН СТОИТ С ХЛЫСТОМ



Карл Брюллов.
Последний день Помпеи

Как вульгарная социология взбудоражила арт-сообщество. Дневник ноября

<https://www.facebook.com/gleb.napreenko/posts/1231618360245923>

«Разногласия» решили наконец оправдать свое название в глазах скептиков — и публикуют крайне разноголосую и **горячую дискуссию**, состоявшуюся в Фейсбуке в конце ноября вокруг одного из материалов номера «Кто платит за культуру?».

Орфография и пунктуация переписки сохранены.

Продолжение дискуссии, вызванное публикацией в «Разногласиях» тред из Фейсбука, можно прочесть **здесь**.

<https://www.facebook.com/gleb.napreenko/posts/1239343399473419>

<http://www.colta.ru/articles/raznoglasiya/13188>

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Мы сделали то, к чему нас так давно призывали как институциональных критиков — поставили некоторые откровенные вопросы фонду V-A-C. Нам отвечали Тереза Иароччи Мавика и Катерина Чучалина. Получившийся **ТЕКСТ** — достаточно редкая у нас попытка поговорить о внутренних механизмах работы культурных институций, а также серьезный повод задуматься о том, зачем же нужно становиться больше, есть ли сегодня отличие художника от менеджера, какова цена культурной индустрии и как понимать слова «взросление» и «рост» в условиях капитализма.

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: отличная работа!

MARIA PAPU: я кстати не поняла подвоха в вопросе о том, почему в трудовом договоре фиксируется, что за определенную зарплату сотрудник должен посвящать свое рабочее время именно фонду — это же вроде как подразумевается в любых подобных договорах? или есть еще какой-то контекст, который мне не известен?

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Да, есть — там есть новое правило, что фриланс-проекты надо согласовывать с руководителем (об этом в тексте тоже говорится).

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Чучалина об этом, собственно, говорит.

MARIA PAPU: а, этот момент

ЕВГЕНИЙ ДЫБСКИЙ: глеб, а почему вы не перешли с терезой на ты ?

<https://www.facebook.com/anna.tolstova/posts/1329068833799568>

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: **вы не первый спрашиваете**) хороший вопрос, но я как-то привык, что мне тыкают. можно поставить также вопрос, почему тереза не перешла со мной на вы) Евгений Дыбский: это ключ ко многому). А Тереза правильно не перешла. Во первых, она так привыкла с Европы, что в России обогатилось другими параметрами. Пора настала, вам тоже), не примите за дидактику, чистая любовь к искусству))

ВЛАДИМИР АРХИПОВ: мне кажется, что внутри самой институции не найдены ответы на многие вопросы, нет четкой позиции, поэтому такие нервные ответы.

НАТАЛИЯ СМОЛЯНСКАЯ: такая менторская манера, при этом вы продолжаете поддерживать разговор — потому что зависите от фонда и от ее руководителя ?

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Нет, потому что мне интересно, что будет сказано.)

НАТАЛИЯ СМОЛЯНСКАЯ: но вы ведете разговор не на равных. ошибка с самого начала. и ведете критику дискурса, как понимаю, с марксистских позиций, в других текстах?

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Но это же тоже интересно как характеристика ситуации.

НАТАЛИЯ СМОЛЯНСКАЯ: не так. логическая ошибка

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: не понимаю)

НАТАЛИЯ СМОЛЯНСКАЯ: то, что вам интересно, не означает, что вы доводите свое высказывание до реализации

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: и в каком смысле мы не на равных?

я спрашиваю то, что хочу спросить. я мог бы написать отдельный комментарий к тому, что было сказано в интервью — я так делал с трегуловой, но сейчас решил, что это слишком навязчиво и что пусть люди сами думают — материала достаточно.

НИКОЛАЙ СМИРНОВ: Довольно напыщенно и снобски звучат ответы конечно, и это защита, по крайней мере так подано. Чем так напрягаться так? Карнеги какой-то... И кто такой Леонид Викторович??¹

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Леонид Викторович — это я!

НИКОЛАЙ СМИРНОВ: это рефрен просто. материал нужно назвать «Леонид Викторович».

а вообще я подумал, что ты жесток) Общественное мнение в каком-то смысле заставило тебя отыметь фонды и жертвой пал VAC.. хотя это ее ответы и ее речь

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Ой, ну ладно тебе, хорошо смеется тот, кто смеется последний. И в этой истории это вряд ли буду я.

АЛЕК ПЕТУК: Эх, а что же с «Очерками по истории современности»?

СВЕТЛАНА БАСКОВА: Глеб, если у вас не получился проект, то надо искать причины в себе. А интервью получилось гаденькое.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Да, Светлана, всегда виноват работник, а не работодатель! За Маркса!

СВЕТЛАНА БАСКОВА: Глеб, но как я знаю, Тереза вообще не участвовала в проекте, у вас был куратор от фонда, с которым у вас были прекрасные отношения. Не пойму почему ты «взъелся» на Терезу...

ОЛЯ ДАНИЛКИНА: Простите, что встречаю, Светлана, но по-моему журналистика это не способ решить личные «взъелось», а попытка найти ответы на общественно важные вопросы. Мне кажется, Глеб прекрасно это понимает и отдает себе отчет также в ответственности за выбор конкретной темы как общественно важной.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Да, Светлана, мне кажется, это интер-

² Леонид Викторович Михельсон, председатель правления ОАО «Новатэк», основатель фонда V-A-C, неоднократно упоминаемый в обсуждаемом интервью.

вью вообще не про наш проект... Он там лишь одна из деталей. В смысле я занимаюсь тут институциональной критикой, а не выяснением отношений, действительно. Но история с проектом стала в том числе спусковым крючком.

СВЕТЛАНА БАСКОВА: Я понимаю что Глеб делает некие «новые» ходы, но у меня это ощущение сложилось эмоционально.

И вопрос: Тереза не вычитывала это интервью?

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Вычитывала. Разумеется, вычитывала.

И вообще я не считаю, что проект не получился

«

И кто такой Леонид Викторович?

»

СВЕТЛАНА БАСКОВА: Насчет проекта не знаю, я могу судить только формально.

Оля, я с тобой согласна. Но в интервью всегда чувствуется интонация того кто берет интервью, его отношение к интервьюированному. В этом жанре всегда это всплывает. Понимаешь, оставлять реплику «Мы все достаточно много работаем...» — когда речь идет о не молодом человеке, не этично (это мое мнение) — то есть это не в пользу автора интервью. Далее по поводу «скейла» — если перед этим ты расшифровываешь это понятие в скобках, зачем тогда его приводить в «транскрипции» — это мелочи которые создают эмоциональное поле. А этот вопрос — можно было его поставить по другому — понятно же что нет: «Напреенко: Вы считаете, что в России нет опыта управления такими институциями?» Далее почему слово работа в кавычках в вопросе? Это тоже отношение. «Напреенко: Вот я и говорю, что это связано с укрупнением — требование в трудовом договоре, что твоя главная «работа» — в фонде V-A-C.» Может я не права и субъективна.....

Оля Данилкина: Светлана, если честно, если бы со мной начали разговор так, как начали разговор с Глебом, я бы просто встала и ушла. Но иногда хамству нужно дать случиться и стать увиденным, что Глеб и сделал — меня это только восхищает. Поэтому интонация у Глеба после такого, на мой

взгляд, более чем сдержанная и терпеливая. По поводу «мы все много работаем», я считаю, прекрасный комментарий, потому что в культуре неуместно мериться известно чем, здесь уважаем любой труд. С тем, к чему он приложен, можно не согласиться, но уважать, я думаю, нужно труд любой в равной степени. «Работа» в кавычках мне вполне понятна, поскольку слово «работа» — понятие более чем растяжимое, уж точно в отношении культурного работника, и здесь создается фокус на понятии, близком к юридическому. Я же скорее, наоборот, увидела множество вопиющих моментов со стороны интервьюируемого — как нападения на интервьюера, так и на фигуру культурного работника, неуважение к нему в целом, что меня лично, субъективно, удивило и задело.

СВЕТЛАНА БАСКОВА: Согласна. Я думаю надо было уйти. А про «работать» — это же не личный разговор. И мы знаем сколько людей не работает и сколько всего срывается из за этого. Поэтому фраза «мы все много работаем» на этом фоне звучит комично.

Оля Данилкина: не поняла про работу (вы имеете в виду, что работать можно качественно и нет?

СВЕТЛАНА БАСКОВА: я не понимаю, кто «все» и кто «много работает»? Я вижу что не все, например. Все тащат единицы и это страшно, так как если одна единица уйдет, то «уйдет» и весь институт... и это суперпроблема .

Оля Данилкина: мне кажется, вы тут имеете в виду не то, что кадров мало или они только чаи гоняют, а то, что нет достаточной компетенции у уже существующих кадров или нет возможности сосредоточенно работать по конкретной задаче, потому что часто приходится работать на нескольких работах. при этом люди могут также много работать, но на выходе не иметь то качество, которое вы ждете. это правда (но мне кажется, что это другой вопрос, уж точно не «много» или «немного».

СВЕТЛАНА БАСКОВА: да, но это получилась «интонация», то есть это явно в ироничном ключе добавлен. А главный вопрос о вынужденной уникальности и то что незаменимые люди есть (это очень сложный вопрос и я сейчас его рассматриваю как проблематичный). А если мы примем, что это так, то это интервью можно критиковать.

Оля Данилкина: не поняла, где там ирония, я поняла все прямо)

СВЕТЛАНА БАСКОВА: Оля, если один человек говорит, расска-

зывая про другого, что он много работает. Зачем на это делать такую ремарку — типа мы все много работаем. Это же не вопрос. **Оля Данилкина:** а мне показалось, что сам рассказ с акцентом на то, как человек много работает, намекает на то, что кто-то работает меньше :) я в таких случаях сразу включаю бычку.))) возможно, это моя хроническая усталость говорит во мне, а также расхожий троп, что культурный работник ни черта не делает, а только прохлаждается, книжки читая

«

В культуре неуместно мериться известно чем, здесь уважаем любой труд.

»

и винцо на вернисажах попивая.

Светлана Баскова: Ох! Сколько прочтений вызвал Глеб)

Анатолий Осмоловский: Ну мое мнение такое. Проблема этого интервью и проблема громадная заключается в том, что Напреенко задавал именно те вопросы, на которые с необычайным упорством и невероятным усердием ОТКАЗЫВАЛСЯ мне отвечать во время совместного проекта (упомянутого в этом интервью). А именно: вопросы о критериях. Отказываясь отвечать на эти вопросы имеет ли право критик их задавать другим? Тем более что вопрос критериев это именно его профессиональная компетенция. Мутность и неясность в этом аспекте у самого критика делает все интервью — фейком (т.с. по гамбургскому счету) т.е. симуляцией критического требования. Но время симуляций кончилось вместе с концом эпохи «демократического глобализма».

Дмитрий Гутов: Неплохо, Толик. Жаль мало пишешь.

Глеб Напреенко: Ого. Ну что ж, Анатолий, спасибо за товарищескую поддержку и солидарность. Солидарность с фондом VAC в первую очередь, видимо.

Мне кажется, на вопросы о критериях я вам отвечал много раз — другое дело, что ответ, может быть, был не тот, которого вы хотели.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Глеб, а почему солидарность должна быть или с фондом или с Вами? У вас с фондом конфликт? Тогда почему вы берете интервью и Тереза соглашается отвечать? Если конфликта нет, то почему нельзя в данном случае быть солидарным с обеими сторонами или ни с одной из них? И, в конце концов, неужели большая институция всегда неправа по определению, а журналист всегда прав?

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Нет, конфликта у нас нет, но то, как Анатолий расставил акценты, вдруг провело некую линию фронта... Сведя всю мотивацию беседы к якобы выяснению отношений вокруг проекта Очерки. А интервью вроде как не об этом.

АНАТОЛИЙ ОСМОЛОВСКИЙ: Ничего подобного я не утверждал. Я просто отметил, что ты отказывался обсуждать критерии. Причем неоднократно и открытым текстом. И вдруг я вижу те же самые вопросы задаются Терезе и Кате. Это забавно. И скорее всего это твоя (бессознательная) просьба получить критерии от них. За не имением собственных.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Я говорил, что акт критики — это такой же акт, как художественный акт, а не мета-позиция из некоего места обладания абсолютными критериями.

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Глеб, а что разоблачает подобная институциональная критика? И критика ли это? Вот вы публикуете Голдина и Сеннеби, они хотя бы понимают, что любая критика сегодня без самокритики вообще не работает. Где ваша самокритика? В чем смысл этого проекта? Что надо копировать институциональную критику сорокалетней давности? Хааке работал в контексте перехода социал-демократических институций к частному финансированию, у нас ничего кроме частного финансирования нет. Каким образом ваше портретирование и акцентуация на отдельных персонах, позволяют критиковать эту ситуацию? Что это за критика такая? Что именно вы критикуете, директора фонда? Его сотрудников? Работу фонда? Олигархию? Зачем этот стиль Life-news? К власти приходит Трамп, всему наступает полный п***ц, простите, а тут какие-то игры в социал-демократию, которая померла тридцать лет назад. И главное, как это связано с ситуацией нашей? Если говорить об институциональной критике, то я считаю, что лучшим текстом на эту тему до сих пор является текст Мизиано про тусовку и институционализацию дружбы. Вот если бы кто-то сделал хорошее исследование и написал бы тексты сравнимые с этими двумя, может мы бы куда-то и продвинулись в понимании нашего положения. А политика «лица» —

это просто вульгарный журнализм диалектически отражающий путинские СМИ. Прошу прощение за резкость.

МАКСИМ КРЕКОТНЕВ: 13 вопросов на один ответ! Йо-хо-хо.

АНАТОЛИЙ ОСМОЛОВСКИЙ: Подобная «критика» ничего не разоблачает. Напреенко хочет чтобы институция ему определила критерии: что хорошо, что плохо. У Напреенко дефицит.)))

ДМИТРИЙ ГУТОВ: О! Я Марию не дооценивал!

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Не знаю, Маш, критика ли это, у меня же нет критериев.)) Но вижу, что оказалось произнесено нечто,

«

Я не понимаю, кто «все» и кто «много работает»?

»

что раньше не произносилось. И это произвело бурную реакцию дальнейшего порождения речи. Вот твоей, например.

ЮРИЙ ЮРКИН: Крыса вонючая liked this².

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Мария, отлично сказали, я шел домой и хотел написать как раз про Хааке)) Но маленькая поправка — в Америке точно никакого перехода от социал-демократических институций не было, за полным неимением оных. Там всегда было только частное финансирование современного искусства. Да их и нигде не было, кроме может быть фонда Розы Люксембург))

АНТОН ВИДОКЛЕ: You should look up the WPA project...

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Действительно, было с 1935 по 1943 — Хааке еще кажется не родился))) И, насколько я понимаю, это все-таки не было поддержкой специально современных художников?

АНТОН ВИДОКЛЕ: Hans is very much a product of post war social democratic cultural policies of Germany.

Yes, WPA was a project to support contemporary artists. What

² Крыса вонючая — один из пользователей Фейсбука, лайкавший реплики участников обсуждения.

happened was that an America student of the Mexican painter David Siqueiros wrote a letter to Roosevelt proposing a program where artists would get salaries similar to wages of carpenters, plumbers and other blue color workers, etc. that was the origin of WPA.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: 1) Послевоенная социальная ситуация в Германии все-таки отнюдь не описывается однозначно как социал-демократическая. Социально-рыночная экономика — идея христианских демократов. 2) Я очень мало знаю про WPA, но кажется, они поддерживали любых художников, не только модернистов?

Не буду углубляться, но, насколько я понимаю, почти все институции, поддерживающие современное искусство в Америке, были негосударственные. Не жизнь художников, а современное искусство. В Германии, кстати, тоже — кунстверайны — частная инициатива, появившаяся задолго до социал-демократии))

АНТОН ВИДОКЛЕ: Hi Yuri, actually that's not correct. Not to be argumentative, but since you mentioned this, the German Kunstvereine have a certain leftist origin in the sense that originally they were rather political in nature: an urban civic opposition to the private art collections of the princely class and the clergy. There is a lot of literature on all this in Germany, Post-war Europe in general, United States. For better or worse most advanced art in the past couple of hundred years ideologically came from the left (perhaps with the exception of Italian futurists which is something very singular) How this tradition continues is a different question...

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Я не верю в правых и левых, особенно в начале 19 века и применительно к искусству. Это была частная инициатива частных людей (как e-flux)). В основном — богатых. Частная — совсем не обязательно идущая от олигархов. Важно, что от конкретных людей, а не от государства, короля или церкви.

АНТОН ВИДОКЛЕ: :) yes e-flux certainly is a private initiative. but if you look closely at what we do, you will find that we work primarily in the public sphere: through a nexus of public museums, biennials, art centers, universities and so forth. For better or worse, the kind of projects and audience public institutions produce are by far more interesting than what you see in most galleries, private collections or art fairs. This is a subjective opinion of course, but one that comes with several decades of experience...

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Правильно, именно об этом я и говорю))

Частная инициатива всегда лежит в основе общественных и публичных институций современного искусства. От Гугенхайма до e-flux и от Герилья Герлз до Коллективных действий.

STRANA ALISA: глеб, когда Ви (і ми) будете (будем) в умовах капіталізму (якщо доживем), тоді думаю поговорім))

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Если честно, от этого повального желания части арт-сообщества защищать Фонд ВАК от якобы опасных нас (которые реально не обладают никакой властью, в отличие от фонда и его руководителя), мое отношение к Фонду сильно ухудшилось. Потому что если эта организация порождает такую волну сервильности и желания присягать ей на верность публично — что-то есть в этом сильно грустное, товарищи.

«

**Напреенко задавал
именно те вопросы,
на которые с необычайным
упорством и невероятным
усердием ОТКАЗЫВАЛСЯ
мне отвечать.**

»

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: мы тут вообще-то вас защищаем))

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Глеб, дорогой. Дело не в защите фонда.

Просто поиск скрытых корыстных мотивов за теми или иными действиями (суть вульгарной социологии) неинтересна, бессмысленна и непродуктивна.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Гм. Вроде как интервью не о корыстных мотивах. А о механизмах культурной индустрии.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: а читается как о корыстных мотивах))

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Разоблачение скрытых механизмов культурной индустрии из этой же области. Искусство не сводится к этому. Влияние этих механизмов преувеличено. То, что это связывают с Марксизмом, лишь от невежества и незнания тек-



Арнольд Бёклин.
Святой Антоний
проповедует рыбам

стов Маркса. Он не этим интересовался.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: А я этим интересуюсь. Что делать!

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Дим, а какая разница? Маркс, не Маркс — лишь бы человек был хороший. Я, кстати, тоже этим интересуюсь. Люблю вульгарную социологию, она многое проясняет. Действительно многое. Особенно если ее применить и к социологам)) Да и к себе тоже.

Искусство вообще ни к чему не сводится, так что этот аргумент не работает.

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Друзья! Надо бороться с такими увлечениями в себе. Это все равно что в бессознательном фрейдистском копать.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Искусство не сводится к половому влечению.

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Как и к экономическому.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Так же оно не сводится к пластике и еще многому другому.

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Точно! Оно вообще не сводится ни к чему конечному. В этом суть дела.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Что не мешает нам интересоваться пластикой, механизмами культурной индустрии, биографиями художников, историей стилей, иконографией и половым влечением.

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Так что все, кто его к чему либо редуцируют, только бумагу и время переводят.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Дима, ты когда цвет на палитре выбираешь, ничего не редуцируешь?

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Нет. С точностью до наоборот. Чувствую дыхание бесконечности.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Человек не сводится к анатомии или физиологии, но науки такие есть. А тот, кто скажет, что он изучает человека вообще — дилетант и пустобрех.

Вот видишь. А кто-то чувствует дыхание бесконечности, изучая культурные механизмы. Впрочем, к дыханию бесконеч-

«

**Зачем этот стиль Life-news?
К власти приходит Трамп,
всему наступают полный
п***ц, простите, а тут какие-
то игры в социал-демократию,
которая померла тридцать
лет назад.**

»

ности искусство сводится еще меньше.

Я бы, кстати, применил немного вульгарной социологии к художнику Гутову. Потому что «дыхание бесконечности», «вечные ценности», «настоящее искусство» и «внутренняя свобода» — очень характерные социальные приметы.

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: «защитить» даже в ситуации, когда даже не было никакого нападения... — просто ряд простых любопытных вопросов, которые почему то вызвали такой всплеск обвинений в том что это никому не интересно, устарело и пр.. И почему мало кто замечает, что мы узнали про систему очень много.

STRANA ALISA: глеб, ви (ми) живете (живем) в какой -то неясной заблудившейся в феодализме хуйне, но которая питает-

ся бороться (в вашем лице) с чем-то вроде неизвестно чего.

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Дима Виленский, неужели ты ещё чего то не знаешь про систему? Так что тебе интервью даже МНОГО нового может сообщить.

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: Гутов — не все в нирване живут, сорри.

ДМИТРИЙ ГУТОВ: Давно мы с тобой не мочили друг друга. Я даже соскучился.

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: не дожدهшься — просто не интересно.

СВЕТЛАНА БАСКОВА: аааааа самое интересное главное

«

Когда Ви (і ми) будете (будем) в умовах капіталізма (єслі доживем), тогдa думаю поговорім.

»

не пропуститъ)

ДМИТРИЙ ГУТОВ: И главное, друзья. Не забывайте, что пока идёт разоблачение скрытых механизмов артиндустрии, из щелей без всяких прикрытий уже лезут настоящие ублюдки.

Посмотрите на вылазку евразийцев-дугинцев в лице Штейнера. А вы про Терезу.

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Глеб, я на самом деле давно хотела отреагировать. В «Разногласиях» разрабатывается какой-то особый формат. Берется банальное интервью. Действительно, с невинными и довольно проходными вопросами. Потом же это интервью обрастает серией материалов и кейсов, которые как бы задают ему «остроту». В этих материалах и шутки, и анекдоты уже более пикантные. Как ты утверждаешь — это неиерархический поток текстов и дискурсов. Ты выставляешь своих интервьюеров в таком виде, именно потому, что так работает сопутствующий контекст мемов и прочих картинок. Похожий эффект был в интервью с Трегуловой. Это и есть жанр Life-News, когда контекстная информация трансформирует ис-

ходный смысл интервью. Если бы ты хотел что-то критиковать, то мог бы написать конкретное исследование или в конце-концов критику выставок фонда. Ну и даже в интервью, ты мог бы более конкретные вопросы задать.

В смысле такие разоблачения скрытых механизмов арт-индустрии можно проделать со мной, Виленским, Гутовым, Мизиано, Альбертом и кем угодно еще (все равно всему в медиа потоке). Достаточно соответствующих картинок поставить. Я в Лондоне читаю иногда газету Metro, там именно так разоблачают Корбина или там еще кого-нибудь, понимаешь о чем я?

«

Я бы, кстати, применил немного вульгарной социологии к художнику Гутову.

»

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: сравнивать разногласия с бульварным медиа потоком — довольно натянуто — это скорее все таки ближе к концептуальному арт-проекту.. — понятно что Дмитрий Гутов и Анатолий Осмоловский от него в ступоре — это совершенно естественное, как и их полное не понимание современности — от тебя хотелось бы большего понимания + понятно, что в такой ситуации стоит вспомнить об некоторой этике отношений и, как раз этот текст, ее демонстрирует — на редкость откровенно показывая отношения власти — такая чистая литература факта. Ничего личного.

РУФЬ ДЖЕНРБЕКОВА: The emotional reaction to the series of neutral questions (i.e. interviewee's arrogance and art-community's indignation) is indeed eloquent and illuminating. Nice work! :)

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Литература факта сама овеществляет власть, об этом хорошо писал Андрей Платонов, критикуя опусы Шкловского. Но популистский морализм критики плохих парней, звезд и истеблишмента не похож даже на это. Если бы Маркс писал так свой Капитал, то вместо критики политэ-

кономии мы бы имели критику Зомбарта.

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: я это не в прямом сравнении употребил а для навигации — время другое, ситуация совсем другая — если и стоит критиковать Разногласия, то скорее за излишнюю герметичность, ну и вообще твоя игра сравнения довольно странно выглядит... особенно на фоне нечувствительности из какой позиции ведется рассказ и балансы полит. сил вокруг него. Уже очень ценно что он многое не явленное выставил в режиме само-представления.

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: А из какой позиции ведется рассказ и какие балансы сил тут ставятся под вопрос? Баланс сил Дима таков, что Дугин переводится на английский и с ним уже в Лондоне и США правые дебатировать. Я просто не совсем понимаю, что нам тут предлагается делать? Там вроде бы такой делается вывод в водном тексте, что все живут на деньги корпораций и фондов, это нехорошо и надо чтобы мы об этом себе напоминали почаще. Или что? Что фонд расширяется и это плохо и Тереза должна остановить превращение фонда в корпорацию? Я просто вот искренне не понимаю тезис всего этого номера. У либералов есть такое мнение, что левый художник должен сидеть в тюрьме по убеждениям. Есть мнение, что надо строить альтернативные институты, а тут нет никакого мнения. В смысле нет позиции. Просто говорится, что все финансируется капиталистами. Ну это новость что ли какая-то?

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Мария Чехонадских, почему в тюрьме? (я бы расстреливал))

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Юрий, наконец-то признались!))

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Пора взять у меня по этому поводу критическое интервью.

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: ну опять же в очень humble подходе я бы сказал, что в Разногласиях происходит серьезное картографирование новой полит-экономической ситуации искусства в России — и это для нас — как старых строителей институций — очень важное знание — я скажем понятия не имел что это за фонд такой — сейчас узнал.... помогает навиговаться...

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Ну вообще-то да, Дмитрий прав, это был акт разведки. Если, Маша, тебе, как я понимаю, давно известны все механизмы функционирования VAC и ты к ним привыкла, это не значит, что для других это все совсем не новость и совсем не наводит ни на какие мысли. И, кстати, это укрупнение частных институций и триумф неоконсерваторов и правых сил — кажется, связанные вещи. Прости мою вульгарную социоло-

гию.)

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Критика полит-экономики — это прежде всего теория стоимости (Wertform). То к чему я привыкла или не привыкла не имеет никакого значения. Глеб, ты лучше напиши, на какие мысли тебя это наводит? Сказал А, так скажи В.
ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: Маша — а откуда такая ФБ-учно наездный тон берется? в вполне рефлексивной и товарищеской среде?

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: никакого наездного тона, почему ты так считаешь?

«

Посмотрите на вылазку евразийцев-дугинцев в лице Штейнера. А вы про Терезу.

»

ДМИТРИЙ ВИЛЕНСКИЙ: похоже не только я :(

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Маша, сейчас у меня самое сильное впечатление от этих комментов — то, что люди противопоставляют неолиберальную приватизацию культуры неоконсервативному повороту. Тереза противопоставляет. И ты противопоставляешь. Именно апелляция к неоконсервативному повороту (Князь Владимир, закон об оскорблении чувств верующих, «сдувшийся» Франко Берарди у Терезы, Дугин и смерть социального государства у тебя) служит оправданием снижению градуса критичности и сплочению вокруг растущих частных институций как якобы единственных функционирующих альтернатив.

Еще одно наблюдение — что все это подается как адекватность: «взрослость» в случае Терезы, адекватность современности и не-устарелость в твоём случае.

И еще одно — в риторике VAC логика получения требуемого продукта окончательно торжествует над этикой процесса. Над человеческими связями и странностями. Мы же взрослые люди, да.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Ну и все это подается как нормализация

по западному или мировому образцу.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Глеб, а где вы в России наблюдаете неолиберальную или хоть какую-то другую приватизацию? То есть я бы, конечно, противопоставлял, но где она? Ну и собственно так и есть: частные культурные институции — последние опоры на пути «неоконсервативного» поворота.

НИКОЛАЙ СМИРНОВ: Неоконсервативный поворот это часть неолиберальной ситуации, их противопоставление симуляционно по сути.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Ну то, как в России произошла приватиза-

«

В Разногласиях происходит серьезное картографирование новой полит-экономической ситуации искусства в России.

»

ция — это был неолиберальный вариант развития событий.

И еще, хочу сказать, что не очень хотел так резонерски тут комментировать, но пришлось. Я вообще-то думал, что интервью в данном случае — жанр, который дает место активности читателя как интерпретатора...

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Глеб, совриск в России с 1991 года был частным делом.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Приватизация 90-х? Приватизация заводов? Приватизация квартир и садовых участков? Что вы имеете в виду? Вы как-то очень размахисто и произвольно обращаетесь с терминами, они у вас превращаются в бессмысленные ругательства. Или любая приватизация неолиберальна? И всегда вредна? И какой может быть неолиберализм, когда либерализма никогда не было? Насколько я понимаю, под неолиберализмом на Западе понимался отказ государства от непосредственного участия в экономике и максимально

возможная передача государственных функций в частные руки и конкурентную среду. И уж точно — полное невмешательство в культуру. В России происходит прямо противоположное — государство постоянно увеличивает присутствие в экономике и вообще гребет под себя все что можно, включая и культуру.

Совриск всегда и везде был частным делом.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Неправда, в России государство уходит из финансирования социальной и культурной сферы. Даже Третьяковка наращивает долю частного финансирования. Это и есть неолиберализм. Что не мешает наращиванию госцензуры.

А советский конструктивизм или WPA при Рузвельте не были частным делом уж точно.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Государство сокращает финансирование, но никуда не уходит. Это совсем разные, даже порой противоположные вещи.

Глеб, ну если вы действительно так хотите быть критичным, посмотрите в первую очередь критическим взглядом на свой инструментарий и метод.

Какой неолиберализм, когда доля государства в экономике больше 70% и только растет? Такого нет и не может быть ни в одной неолиберальной экономике, что бы под этим сомнительным термином ни понимать. Это скорее уж неосоциализм или какой-то неоегипетский способ хозяйствования. И культура подтягивается.

Само по себе сокращение социальных расходов совсем не обязательно имеет отношение к либерализму — хоть нео-, хоть просто либерализму. Сокращение расходов бывает и при крепостном праве и при рабовладении.

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Но государство тут выступает как еще одна мега-корпорация монополист, а не источник социальных гарантий.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Правильно. Только насколько я понимаю, так называемые неолибералы стремились к прямо противоположной ситуации, когда государство не выступает как корпорация и не имеет отношения к бизнесу. Государство-монополист и источник социальных гарантий — это как раз плановая экономика и однопартийная система.

Потому что если государство само занимается бизнесом, оно неизбежно становится монополистом и эксплуататором населения за счет населения же, которому внушает, что именно государство — источник социальных гарантий. Типа как барин — источник благосостояния крестьян. А государство,

не занимающееся бизнесом и существующее за счет налогов, не может претендовать, что оно источник хоть чего-нибудь. В таком государстве источником социальных гарантий является общество, а не государство. Государство просто его обслуживает. Это касается и культуры. Понятно, что это идеальная схема, никогда не существовавшая в действительности. Но реальная практика всегда стремится к тому или другому полюсу.

Юрий Мининберг: В неолиберальных условиях даже если институция государственная на бумаге, она будет вести себя как акула капитализма. В «государственной» клинике Склиффе акцент делается на платных операциях, в Третьяковке — на коммерческих выставках, и эти примеры можно продолжать бесконечно. Неолиберализм — это вовсе не расцвет частного,

«

Укрупнение частных институций и триумф неоконсерваторов и правых сил — кажется, связанные вещи. Прости мою вульгарную социологию.

»

это просто безличная власть капитала.

Консервативный поворот (Трамп, Путин и далее везде) и полицейское государство отлично со всем этим сочетается. В каком-то смысле — это одно и то же.

Мария Чехонадских: Мне как раз казалось, что снижение критической планки происходит в Разногласиях — и это моя претензия. Если вы хотите реально фигачить институции — так делайте это, а то все какие то полунамеки и полутона. Зачем тогда в Гараже делать проекты? Зачем тогда работать на патронов Кольты? Это все правый поворот, и вот когда разговор раскрыт, остается эдакая гегелевская прекрасная душа,

которая застряла в этических противоречиях. А если вы хотите какой-то анализ критический представить, то мне кажется, жанр исследования работает лучше, чем журналистика разоблачений.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Простите, Мария, а Кольта и Гараж — это правый поворот от чего? Из какой ситуации? Разве до этого было что-то более правильное и «левое»?

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Ну это в терминологии Глеба, мне так показалось, что все работает на Дугина.

HERWIG HÖLLER: А мне интересно — кто же «патроны Кольты»?

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Какой-то кажется бизнесмен + по-

«

Можно раскритиковать краутфандинг как неолиберальный механизм прекаризации работников и превращение культуры в благотворительность.

»

жертвования читателей

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: и какого они калибра?

ГЛЕБ НАПРЕНКО: Маша, кажется, ты только что была против вульгарной социологии. И что-то я не пойму, по-твоему, то мы слишком грубо и желтопрессно работаем, то слишком намеками и полутонами. То недостаточно радикально рвем с частным финансированием, то не видим, что олигархический капитал — последний рубеж на пути консерваторов. В любом случае — фонд VAC мы критикуем зря, видимо.

Калибра мелкого, позволю сообщить.

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: можно раскритиковать краутфандинг как неолиберальный механизм прекаризации работников и превращение культуры в благотворительность

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Маша, вперед! Кстати, во введении к номеру было про краудфандинг, ты не читала? Могу предложить тебе написать дневник месяца с критикой краудфандинга, если захочешь.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: Нет в России никакой неолиберальной приватизации культуры. К счастью или к сожалению — не знаю. Даже если вам все это (а резоны для такого отношения есть) — вы не сможете в этом разобраться и содержательно это критиковать, потому что подходите к проблеме с терминами и методами, которые придуманы совсем для другой ситуации, и только в ней хоть как-то работают. Какая-то карго-критика

«

Государство сокращает финансирование, но никуда не уходит

»

получается.

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Читала, я просто твою логику разгояю до предела, который она предполагает. Это гегельянские вариации. Феноменология, Абсолютная свобода и ужас (особенно прекрасная душа).

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: Чокнусь с вами.

ЮРИЙ АЛЬБЕРТ: на поминках не чокаются.

МАРИЯ ЧЕХОНАДСКИХ: Я же написала, что я не против критики, я сама критикую всю свою жизнь. Здесь вопрос стоит так: Что такое критика? Это буржуазная этика? Эта диагностика? Это морализм? Это активизм? Я пока не поняла.

ГЕОРГИЙ МАМЕДОВ: У меня тоже есть институциональная критика, но не вульгарно-социологическая, а просто вульгарная. Предлагаю Юрию Альберту попросить Ленионида Викторовича благодетельствовать на апгрейд скрипта его дряхлого зомби-бота.

ЛОЛА КАНТОР: Можете называть это институциональной критикой, но ее объект — не художественная институция, даже если они заполнят всю электростанцию выставками. Это дей-

ствительно менеджмент по арт-интертейнменту. Очень противно было ее читать.

Ярослав Алёшин: Глеб, вот видно, что ты не старой школы полемист. А зря! Иначе, первым делом, когда о Вышинском речь зашла, спросил бы, с кем именно из подсудимых ассоциируют себя оппоненты. Раз уж речь зашла. Вот это был бы инте-

«

Предлагаю Юрию
Альберту попросить
Ленионида Викторовича
облагодетельствовать
на апгрейд скрипта
его дряхлого зомби-бота.

»

ресный разговор. В правильном ключе.)

Анатолий Осмоловский: Да. Бредовая затея. Критиковать то чего еще нет. Так сказать критиковать загодя, наперед (чтобы боялись и чтобы чувствовать свою собственную значимость). Не имея при этом своей собственной четко сформулированной позиции, своих собственных критериев и своей собственной стратегии. По сути Напреенко в очередной раз пытается уйти от главнейших вопросов стоящих перед ним самим. И сколько так удастся ему от себя бегать?

Глеб Напреенко: Сам каждый раз удивляюсь, Анатолий!

Юрий Альберт: Можно критиковать не только то, чего пока нет, но даже то, чего никогда не будет. Не в этом дело.

Лола Кантор: Проблема в том, на мой взгляд, что ни у одного из собеседников нет никакой связи с тем о чем они говорят и чем собираются заниматься — с искусством в любом понимании этого слова. Никакого представления о том, что с этим им хотелось бы делать. Не проскользнуло ни слова случайно, даже ассоциации или метафоры. Это чуждые искусству люди, и пока

они замкнуты в мире каждый своих целей около искусства, иметь дело с ними проблематично.

ЕКАТЕРИНА ЛАЗАРЕВА: в качестве «литературы факта», я считаю, гениальное интервью!

КЕТИ ЧУХРОВ: а где тут критика? материал скорее напоминает рекламу. и критике подвергся в этом материале ты сам, как мне кажется. Но может быть ты бессознательно этого и хотел? :)

ГЛЕБ НАПРЕЕНКО: «когда я это делаю, он стоит с хлыстом».

<http://www.colta.ru/articles/raznoglasiya/13188>

«

Это чуждые искусству люди.

»

Над номером работали

Главный редактор: Глеб Напреенко

Соредактор: Александра Новоженова

Дизайн: Анастасия Шенцева

Авторы текстов номера: Елена Буйских,

Людмила Воропай, Чин-Тао Ву, Саймон Голдин,

Тереза Мавика, Глеб Напреенко,

Александра Новоженова,

Елена Рождественская, Якоб Сеннеби,

Алексей Федоров-Давыдов, Катерина Чучалина

Расшифровка аудиозаписей: Наталия Лебедева

Фоторедактор: Сергей Новиков

Литературный редактор: Ирина Тимашева

Ответственный редактор: Лиза Лерер

Выпускающий редактор: Катерина Манько