

**Презентация художественной выставки как акт ритуализированного
конституирования автономии поля**

Калашникова Алина Александровна

Аспирант

*Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, Социологический
факультет, Харьков, Украина
E-mail: wise_kaa01@mail.ru*

Субъекты периферийного рынка производства эстетической продукции, пребывая в отношениях (частично экономической) конкуренции, вынуждены, тем не менее, проводить крайне осторожную соревновательную политику, так как применение сущностно рыночных стратегий ограничивается необходимостью само- и сохранения целостной социальной структуры. Кроме того, в кризисных условиях сам характер рынка эстетического, то есть не-жизненно важного, производства подразумевает относительно низкую значимость, что требует от его субъектов активизации деятельности по сохранению его автономии [4]. В подобных условиях, по мнению экспертов [3], находится сегодня харьковское сообщество производителей предметов художественного искусства.

В тех случаях, когда поле находится на стадии своего становления, такая деятельность приобретает особый смысл, что фиксируется в ритуальном характере практик. Одной из форм подобной деятельности для поля художественного производства, в частности поля производства визуальных искусств, является презентация выставки.

С целью социологического описания данного явления и фиксации его типичных характеристик нами было предпринято кейс-стади презентаций пяти выставок художественного искусства, проходивших на пяти выставочных площадках г. Харькова методом включённого наблюдения в соответствии с эксплораторной стратегией (октябрь 2012 – январь 2013). Некоторые результаты этого исследования приведены ниже.

Презентация, или открытие выставки – единичное событие, состоящее в представлении нового продукта широкой общественности, в отличие от рекламы, примечательное именно характеристикой своей уникальности. Оно предваряется публикацией рекламных материалов и пресс-релизов в СМИ, однако, поскольку сектор целенаправленного потребления такого рода духовных продуктов относительно невелик, можно сказать, что подобные мероприятия используются художественным сообществом как *commonplace*, место репродуцирования культурных кодов и рефлексии социального целого.

Обыкновенно зрители начинают приходить на открытие выставки примерно за полчаса до назначенного времени, причём частота их появления возрастает экспоненциально. Достаточно большую (и наиболее активную) часть публики составляют лично знакомые с автором – его друзья, знакомые, родственники, которые зачастую не имеют отношения к производству искусства. Также выделяются коллеги-конкуренты, для которых открытие выставки – привычное место общения и латентного сопоставления достигнутого. Кроме того, присутствуют и собственно зрители, целенаправленно и циклично посещающие подобные мероприятия, а также случайные люди.

Интересно, что роль автора на открытии не требует от него никаких действий: характер ритуала предусматривает лишь присутствие – даже вступительная речь к выставке,

чаще всего, произносится не самим автором, а присутствующими представителем выставочной площадки и искусствоведом. Их функция – создать контекст, «пролог», объяснить темы, сюжеты и символы, таким образом задавая своеобразный канон восприятия произведений. Однако этот канон, по большей части, воздействует ретроспективно, так как зрители обычно успевают осмотреть выставку до ознакомления с замечаниями экспертов. В основном, эти замечания не носят критического характера, так же, как и произносимые вслед за ними поздравления и комментарии зрителей, чаще всего легитимирующие выставленные работы как произведения истинного искусства через отсылку к авторитетам (от Мане до Микеланджело) и упоминание об исторической преемственности, биографических особенностях и статусе автора.

Примечательно, что пространственное размещение участников событий тяготеет к форме круга, манифестируя их равноправное участие и фокусируя внимание на здесь-и-сейчас присутствующих как составляющих некое единство. Завершающим этапом ритуала открытия выставки обычно является своеобразная жертва, вероятно, имеющая отношение к видоизменённому культу предков, который, согласно Л.Г.Ионину, присутствует в таком виде почти во всех мифах современного мира [2] – угощение, предлагаемое гостям; чаще всего это вино и лёгкая закуска, что также достаточно символично. Основная часть зрителей после этого обычно не задерживается надолго.

Практически все презентации выставок проходят в соответствии с описанным сценарием. Во время осмотра произведений участники осуществляют активную коммуникацию, при этом сами произведения представляют собой лишь коммуникативный повод для осуществления самореференции художественным сообществом. Таким образом, можно выделить родовые черты презентации, позволяющие определить её как дюркгеймовский ритуал [1], в рамках которого происходит со-творение социальной пространственности поля. Именно такие встречи позволяют агентам поддерживать автономию поля путём распространения культурного ресурса «Посещение открытия данной выставки» между компетентными представителями ограниченного сообщества, не являющегося, в строгом смысле слова, сложившимся пространством экономической конкуренции.

Литература

1. Дюргейм Э. Элементарные формы религиозной жизни // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология; пер. с англ., нем., фр. Сост. А.Н.Красникова. М.: Канон+, 1998. 432 с.
2. Ионин Л.Г. Новая магическая эпоха // Новая магическая эпоха: сб. статей. Под ред. Л.Г.Ионина. Х. 2002. С.221-236.
3. Калашникова А. Профессионализм в практиках искусства: социологическое измерение // Методология, теория и практика анализа современного общества: Сборник научных работ. Выпуск 17. Х.: ХНУ имени В.Н.Каразина. 2011. С.363-368.
4. Бурдьё П. Рынок символической продукции // Социологическое пространство Пьера Бурдьё [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja> (20.01.2013).