

принять факт, что довольно много знаменитых художников никогда не ставили умение рисовать на первое место. Помимо всего прочего, культура постмодерна — жестокая шутка в отношении к традиции, задокументирован-

ной в сборнике. Искусство действительно объединилось с повседневностью, но случилось это в форме рекламы, пиара, СМИ, политического зрелища, подиума и потребления — совсем не то имели в виду футуристы и сюрреалисты.

*Терри Иглтон*



*Пирожка ДоссИ.*  
Продано! Искусство и деньги.  
СПб.: Лимбус Пресс,  
2011. — 288 с.

*Жюдит Бенаму-Юэ.*  
Цена искусства.  
М.: АРТМЕДИА ГРУП, 2008. — 158 с.

*Луиза Бак, Джудит Грир.*  
Искусство в собственность.  
М.: ЗАО «Фейс Фэшн», 2008. — 331 с.

*Дональд Томпсон.*  
Как продать за \$12 миллионов  
чучело акулы.  
М.: Центрполиграф, 2010. — 382 с.

## Рынок искусства: практичность или духовность

За последнее десятилетие рынок искусства пережил, быть может, самые радикальные трансформации и серьезные потрясения. Претерпел он и формальные изменения. Интерес, который общество стало уделять продажам произведений искусства, никогда не был столь высок. На волне стремительного экономического роста появились новые покупатели, готовые по разным причинам отдавать за картины, скульптуры и арт-объекты немислимые деньги. Такое потребление, еще в конце XIX века обозначенное американским социологом Торстейном Вебленом как «демонстративное» (то есть служащее демонстрации социальной власти посредством богатства), не могло не вызвать общественный интерес, подогреваемый к тому же массмедиа. Многочисленные репортажи из аукционных залов и отчеты о крупнейших мировых ярмарках превратили арт-рынок в неотъемлемую часть современного информационного поля. Но постепенно шок, вызываемый суммами, которые платят за живопись Пикассо, Уорхола или Ван Гога, сменился удивлением и непониманием того, как функционирует эта система. За сиюминутными ценовыми рекордами открылся разветвленный механизм, состоящий

из множества взаимозависимых элементов. В результате все свелось к одному вопросу: из чего складывается цена того или иного произведения искусства, какие факторы влияют на его стоимость?

Ответить на этот вопрос пытаются в своих книгах Пирошка Досси, Жюдит Бенаму-Юэ, Дон Томпсон, Джудит Грир и Луиза Бак. Авторы оперируют одинаковыми данными, рассказывая об известных коллекционерах, суммах частных сделок или аукционных рекордах последних лет. Каждый описывает одно и то же явление, акцентируя внимание на отдельных его аспектах в зависимости от собственного положения в мире искусства. Так, Бенаму-Юэ — политолог, специалист по международному праву и журналист, публикующий статьи об арт-рынке, — создает довольно легкомысленный его образ. В основном ее рассказ сводится к перечислению и описанию частных ситуаций, связанных с продажей произведений. Порой они анекдотичны — к примеру, история о том, как предприниматель и коллекционер Стив Уинн случайно продырявил локтем картину Пикассо «Мечта», которую должен был продать владельцу крупнейшего американского хедж-фонда Стиву Козну. Сумма сделки составляла 135 млн долларов, но в результате «несчастливого случая» продажа не состоялась. Однако профессиональному сообществу подобные казусы хорошо известны, в то время как раскрыть суть происходящих на рынке искусства процессов они не помогают (если, конечно, не рассматривать всерьез мысль о том, что все зависит исключительно от стечения обстоятельств и воли случая).

Пирошка Досси — юрист и историк искусства, арт-консультант — дает более

осмысленную картину. В первых двух главах она обращается к такой фундаментальной проблеме, как формирование представления о деньгах и их функциях, дает краткий анализ присущего культуре феномена отрицания монетарного, встраивает современные взаимоотношения рынка и искусства в исторический контекст борьбы художников за независимость (от церкви, монарха и теперь от диктата рынка). Как и другие авторы, она описывает сложную структуру арт-рынка, но в отличие от них дает гораздо больше отсылок к антропологии, психологии, истории и предпринимает попытку перейти от описательности к постановке серьезных исследовательских проблем.

Книга Дона Томпсона, напротив, лишена обобщений и представляет собой дотошный рассказ о механизмах торговли искусством (вплоть до технических деталей аукционных торгов или пошагового алгоритма увеличения цен на работы художников в галерее). Экономист и коллекционер даже не пытается проанализировать адекватность рыночного подхода к искусству, поскольку он априори воспринимает произведение как товар и применяет к нему те же критерии, что и к любому другому товару. Досконально разобравшись в институциональном устройстве арт-рынка, Томпсон принципиально отказывается заступать на территорию истории искусства и в итоге сильно упрощает ситуацию, а также делает ряд совершенно безапелляционных и не слишком обоснованных заявлений. Среди подобных смелых высказываний следующие:

Художественные критики и кураторы тоже подвержены диктату цен.

Дорогие произведения обретают смысл и значение отчасти именно потому, что дорого стоят. Критики пишут глубокомысленные очерки... но ни за что не признаются в том, что все эти работы имеют смысл только потому, что за них заплачено так много денег<sup>1</sup>.

Иногда дилер или аукционный дом заявляют, что произведение современного искусства имеет сюжет и смысл, что современный художник вроде Энди Уорхола — социальный комментатор. <...> Но коллекционеры в большинстве своем просто хотят повесить на стену картину, которая трогала бы душу. Опытных коллекционеров не слишком заботят поиски смысла<sup>2</sup>.

Журналист Луиза Бак и коллекционер Джудит Грир также сосредотачиваются на практических аспектах покупки произведений, однако обходятся без многозначительных выводов. В их руководстве можно узнать как о страховании и транспортировке работ, так и о формах музейного попечительства, правилах покупки в галереях и на аукционах.

Общая для всех книг проблема — неопределенность их читательской аудитории. Для участников арт-рынка или профессионалов книги не открывают ничего нового, для исследователей представляют интерес скорее как первичные источники, нежели аналитические работы. Хотя авторы обличают поверхностность

1. Томпсон Д. Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. М.: Центрполиграф, 2010. С. 240–241.
2. Там же. С. 75.

современного мира искусства, его коммерциализацию и негодуют, что дилеры и аукционисты стремятся к быстрой сверхприбыли, их книги — плоть от плоти процессов, которые критикуются. Все эти издания вышли на волне экономического бума, вызвавшего огромный рост продаж произведений искусства, и потому явились следствием скорее сиюминутного интереса к проблеме, нежели результатом фундаментальных исследований. Авторы чаще ориентируются на внешнюю событийную сторону арт-рынка: рекорды на аукционах, крупнейшие частные продажи. В этом их слабость, поскольку подобная информация устаревает очень быстро — многие знаковые галереи закрылись, на аукционах были установлены новые рекорды, а ведущие арт-менеджеры сменили места работы. Не говоря уже о том, что оригинальные английские варианты книг появились на свет до кризиса 2008 года, и с тех пор ни одна из них не подверглась совершенно необходимой в данной ситуации переработке и переизданию.

Если отвлечься от обилия информации, бесконечных перечислений выставок и громких аукционных продаж, можно понять, что происходящее с рынком искусства в начале XXI века — отнюдь не новое явление. И Бенаму, и Досси отмечают схожесть принципов продвижения работ на рынке искусства во все времена. Например, в Средние века упоминание о связи вещи со святым (а лучше всего с Иисусом Христом) могло сделать ее бестселлером. Предтечей современных каталогов аукционных торгов они обе называют альбомы с изображением картин и скульптур, предложенных на продажу (в частности, такие привозы-

лись кардиналу Ришелье). Бенаму указывает на исторически сформировавшийся триумvirат художника, критика и заказчика, который был способен оказывать влияние на формирование цены произведения искусства, и приводит в пример командную работу Микеланджело, биографа Джорджо Вазари и влиятельных меценатов, покровительствовавших художнику. Досси вспоминает о возникновении в Англии XVII века первого крупного художественного рынка, преодолевшего национальные границы, а также указывает на то, что Лувр начал свою работу гораздо позже (1793 год) многих европейских аукционных домов (самый старый аукционный дом — стокгольмский — открылся в 1674 году, лондонский Кристис — в 1766-м).

Однако многовековая история художественного рынка не превратила его в объект теоретических изысканий. До сих пор не появилось ни одной фундаментальной концепции, хотя вопросы ценности произведения и специфики торговли оказались в поле внимания деятелей культуры и публицистов еще в XIX веке. Первые попытки обозначить положение искусства в эпоху капитализма были предприняты английским эстетиком Джоном Рёскиным. В книге «Радость навеки» (в основе ее лежали лекции «Политическая экономия искусства», прочитанные им в 1857 году в Манчестере) он пытался разрешить противоречие между формальным и духовным подходом: с одной стороны, он считал необходимым учитывать только количество часов, проведенных художником за работой, с другой — ратовал за вознаграждение творческого гения, который невозможно измерить экономически.

Неизвестно, что в большей степени стало причиной разгромной статьи, которую Рёскин спустя двадцать лет написал о картине Джеймса Уистлера «Ноктюрн в черном и золотом: падающая ракета», — нежелание принять зарождение новой художественной эстетики или механистический подход к оценке труда художника. Так или иначе, Рёскин обвинял Уистлера в том, что он потребовал «двести гиней за банку краски, брошенную в лицо публике». Критика возмутило назначение столь высокой цены за эскизную, импрессионистскую работу, на которую едва ли было потрачено много времени. Уистлер подал на Рёскина в суд за клевету и выиграл дело, но долги и стоимость судебной тяжбы разорили художника, а сам процесс стал, пожалуй, первым проявлением общественного непонимания принципов оценки искусства.

Английский искусствовед, арт-критик и участник группы интеллектуалов Блумсбери Роджер Фрай (1866–1934) воспринимал рынок как пространство обмена эстетическими эмоциями между художником и зрителем, более непосредственное, чем, например, музей. Его размышления о том, что соревновательный инстинкт погубит истинную творческую свободу, а внимание заказчиков будет сосредоточено на небольшом числе наиболее успешных художников, в то время как талантливым, но менее успешным придется постоянно думать о зарплате, кажутся актуальными и по сей день. Не менее любопытно выглядит предложенное Фраем разделение покровителей искусства (или заказчиков) на группы. Важнейшими для него были снобы (покупающие искусство ради репутации, безопасные для искус-

ства в том случае, если их вкусами управляют знатоки) и классики — коллекционеры, которые покупали работы только признанных мертвых художников и доверяли лишь мнению ученых и экспертов.

Немаловажно, что Фрай попытался решить проблему оценки произведения искусства и труда художника на практике в рамках основанных им в 1913 году мастерских декоративно-прикладного искусства «Омега». Здесь не принято было подписывать свои работы (изделия фирмы маркировались значком омеги), а доход от продаж распределялся между всеми художниками вне зависимости от того, насколько популярными были их вещи. Впрочем, именно этот принцип впоследствии привел к распаду мастерских.

Очевидно, что миру художественного творчества и коммерции необходимо искать общий язык. Вероятно, теория арт-рынка формируется с таким трудом потому, что не найден способ привести в равновесие его две основополагающие части — собственно экономическую (отдельного внимания может заслуживать анализ трансформации законов рынка в данной области) и искусствоведческую. В рассматриваемых книгах авторам редко удается соблюсти баланс, но их заслуга в том, что они намечают центральные проблемы, которые в дальнейшем могут стать основой для более глубокого исследования.

#### Подходы к арт-рынку: определение

Специфика рассматриваемых нами книг состоит в том, что они сосредоточены только на рынке современного искусства. Это неудивительно, ведь именно в

данном сегменте до кризиса наблюдались самые высокие цены, самые беззастенчивые спекуляции и громкие продажи. Все авторы дают краткие исторические экскурсы, рассказывая, что и раньше художественный рынок был пространством для демонстрации статуса и богатства, а также способом подзаработать. Но складывается впечатление, что для них события последних 10–20 лет — нечто из ряда вон выходящее. Вероятно, это связано с узостью постановки проблемы и ограниченностью их подхода к определению рынка искусства как такового.

Так, Бенаму ставит во главу угла новый стиль жизни обеспеченных людей, частью которого стал арт-мир:

Сегодня потребление искусства стало поистине общественным явлением, в это вовлечена масса людей по всему миру, но далеко не все они — «просвещенные ценители»...

Она проводит смелое сравнение арт-рынка с терроризмом, подчеркивая присущую ему сегодня публичность и направленность на внешний эффект. Справедливо отмечая зависимость глобального интереса к картинам от их коммерческой стоимости, Бенаму и сама сосредоточивается исключительно на этой поверхностной, но привлекающей всеобщее внимание стороне рынка искусства.

Томпсон представляет себе рынок искусства как тотальную схему брендирования: художники, галеристы, дилеры, музеи, аукционные дома — все это превращается у него в бренды, взаимосвязь которых в конечном счете и ста-

новится сутью арт-рынка, играя не последнюю роль в установлении цен. Усилия всех участников рынка, по мнению автора, сводятся к созданию технологии по раскрутке.

Досси — единственная, кто вписывает современный арт-рынок в историческую перспективу, рассматривая его в качестве продолжения борьбы искусства за автономию. Однозначного ответа на вопрос о том, стал рынок освобождением от покровительства церкви и монархии или же новым этапом его подчинения, она не дает. Но отмечает важнейший парадокс, связанный с превращением искусства в объект рыночных отношений: художник должен абстрагироваться от мнения людей, от которых зависит его коммерческий успех, однако в то же время от него требуется умение их заинтересовать. Влиянием жесткой рыночной системы автор объясняет стремление создавать эффектные работы. Интеллектуальная глубина, по ее словам, играет против художника. И все же данный подход представляется крайне механистическим, ведь эффективность не отменяет пресловутой глубины, а интеллектуальность может цениться музейным или независимым куратором, мнение которого также оказывается важным для определения стоимости произведения. Работа, побывавшая на выставке в ведущих музеях, обретает в глазах покупателя совершенно иной статус, иное качество — выбору музея принято доверять.

#### Оценка произведения искусства

Основная теоретическая проблема арт-рынка — адекватность денежной оценки работы. Рассматривать этот вопрос

можно в сугубо практическом аспекте, как это делает Томпсон, или же анализировать как явление, лежащее за пределами пространства торговли, где теряют силу законы спроса и предложения, как Досси. Бенаму сравнивает союз искусства и денег с браком по расчету, который возможен только в том случае, если искусство будет низведено до уровня товара, а это, по эмоциональному заверению автора, «подлость». Тем не менее труд художника должен оплачиваться.

Томас Гоббс сравнивал деньги с кровью, циркулирующей по телу-обществу; Оноре де Бальзак говорил о том, что великое искусство невозможно без больших денег и надежных частных средств. Немецкий социолог Георг Зиммель, автор «Философии денег» (1900), писал, что творческий человек за свой труд рассчитывает получить нечто большее, чем просто деньги: пианист — аплодисменты, художник — определенную известность. Он считал неуместной экономическую оценку творческого или интеллектуального труда: оплата требуется лишь для обеспечения достойного уровня жизни исполнителя, но не для установления денежного эквивалента его деятельности. Зиммель создал весьма апокалиптическую картину того, как заикленность человека на деньгах ведет к духовному обеднению и опустошению. И сегодня мы наблюдаем, что в общественном сознании цена произведения искусства нередко становится важнее (на самом деле — очевиднее), чем его художественная ценность.

Авторы рецензируемых книг отмечают, что современному арт-рынку, несмотря на чрезмерную коммерциализацию, по-прежнему присуще неоднозначное

отношение к деньгам (Досси связывает данное обстоятельство с воспитанием в сознании человека изначально религиозных представлений о греховности алчности, скупости). Известно, что дилеры или галеристы не любят предавать огласке суммы заключенных ими сделок. Кто-то объясняет это стремлением создать ауру таинственности вокруг работы, другие более справедливо отмечают, что это просто невыгодно, ведь при непрозрачности арт-рынка и отсутствии общего уровня цен публичность может попросту неблагоприятно сказаться на доходах.

Любопытно, что многие художники готовы принять происходящие в обществе изменения и превращают коммерциализацию искусства в объект собственных творческих исследований. Принципы экономической оценки искусства исследовал Ив Кляйн в конце 1950-х годов. Его целью было определение «справедливой цены», которая отражала бы художественное значение работы и вывела бы ее на рынок, не сводя к обыкновенному товару. С 1957 по 1959 год он провел три выставки, на которых показал свои знаменитые монохромные — однотонные картины одинакового размера, за каждую из которых была назначена разная цена (что совершенно не смутило покупателей). По итогам выставок он написал небольшое утопическое эссе о новой экономической системе, в которой стандартом для любых обменных операций стало бы произведение искусства (работы художников должны были заменить золотой запас ЦБ). В такой системе у искусства не было бы цены, поскольку оно само явилось бы мерилем стоимости вещей. Отражением этих взглядов в творчестве

Кляйна стала серия монохромных золотых работ, названных «Ценность».

Эксперимент Кляйна лишний раз продемонстрировал, что финансовую стоимость необходимо отличать от прочих форм ценного. Стоимость произведений искусства растет не потому, что они становятся ценнее, а потому, что на рынке появляется больше денег. Преимущество и одновременно опасность современного искусства, а значит, и данного сегмента арт-рынка — в отсутствии каких бы то ни было критериев, в том числе оценки. Авторы сходятся во мнении, что цена — результат общественного договора. Художник и арт-система делают объект искусством, стоимость которого выполняет, скорее, социальные функции. В соответствии с принципом Веблена, чем дороже стоит искусство, тем больше на него спрос, поскольку заплаченная сумма демонстрирует богатство и статус покупателя.

#### Знаточество или инвестиция

Вопрос о качестве произведений современного искусства открыт, и потенциальные коллекционеры далеко не всегда готовы вникать в тонкости творческого становления того или иного художника. Цена непредсказуема и независима от спроса. Именно этим объясняют авторы небывалое разрастание и усложнение структуры рынка современного искусства, а также ее зависимость от таких понятий, как бренд (Томпсон), лейбл (Бенаму) или миф (Досси).

Бренд или миф превращаются в маркеры, помогающие покупателям ориентироваться в огромном количестве предлагаемых произведений искусства

и справиться с неуверенностью относительно их качества (и сделать выводы о цене). Стремление аукционных домов или галерей получить прибыль обусловлено коммерческой природой этих институций и не должно вызывать удивления или критики, в то время как чрезмерное доверие покупателя к цене приводит нас к еще одной, возможно, менее артикулированной в рассматриваемых книгах проблеме специфики современного коллекционера.

Досси, отмечая иррациональную и даже эскапистскую сторону собирательства, справедливо разделяет два типа коллекций: коллекции, направляемые личными представлениями покупателя, и собрания-трофеи. Без такого принципиального разграничения двух подходов к коллекционированию искусства невозможно понять двойственность современного арт-рынка, которая заключается в сосуществовании двух параллельных тенденций в мире искусства — коммерческой и знаточеской.

О представителях первой пишет Томпсон, который считает основным мотивом коллекционера разумное вложение капитала. В системе тотального брендинга такому покупателю достаточно лишь научиться распознавать маркетинговые коды и отслеживать, насколько произведение искусства соответствует набору внешних качеств, отвечающих за его инвестиционную привлекательность. Среди них провенанс (или происхождение — работа из известной коллекции ценителей может стоить больше, чем аналогичная вещь без яркого прошлого); репутация и профессиональный уровень галериста, который представляет художника; количество музейных вы-

ставок, где были представлены его работы; наконец, такой условный фактор, как положение художника в арт-рейтинге (чаще всего основанного на рыночных продажах и мнении определенного числа экспертов).

Все эти аспекты, безусловно, важны, однако Томпсон уверен, что заняв верхние позиции на рынке теоретически может любое произведение искусства, вне зависимости от его художественных качеств или значения для истории искусства, стоит только правильно разработать маркетинговую стратегию его продвижения. Томпсон вычеркивает из своей системы представление о художественном качестве, считая его релевантным лишь для эксперта. Не менее сомнительны размышления Бенаму о «возвращении» фигуративной живописи как более доступной для непрофессионала или о том, что понимание, например, абстрактных работ Ротко, в отличие от полотен старых мастеров, требует от зрителя куда меньшей эрудиции.

Умение оценить качество работы с искусствоведческой точки зрения является главным для коллекционера-знатока. Об этом типе пишут Грир и Бак, приводя в пример крупнейших собирателей XX века, чьи коллекции превратились в полноценные художественные фонды и музеи (например, музей Пеги Гугенхайм в Венеции, Доминик и Жана де Мнилей в Хьюстоне, Ингвильд Гец в Мюнхене). Авторы отмечают, что для серьезных коллекционеров возможность получить прибыль, капитализировать собрание чаще всего не имеет значения в отличие от концепции и стратегии тематического его развития. Хотя в основе может лежать личный вкус владельцев,



залог качества — это в первую очередь исследовательский подход. С увеличением денежного оборота на рынке искусства и постоянным ростом числа художников и произведений искусства знания остаются гарантией обоснованной покупки. Умение воспринимать работу в контексте (если речь идет о современном искусстве), оценить ее состояние или сохранность (в случае с работами более ранних периодов), определить ее значение в творческой карьере художника — все это может предотвратить ненужную трату денег.

#### Институции: новый образ

Рынок как связующее звено между принципиально некоммерческим искусством и его потребителями трансформирует все институции, вовлеченные в процесс обмена, духовного или материального. Более частное выражение этой проблемы — изменение образа аукционных домов, размывание границ между первичным (галерея) и вторичным (аукцион) рынками.

Продавцы едины в своем стремлении к увеличению прибыли и на сегодняшний день оперируют огромным арсеналом стратегий и тактик, позволяющих привлекать новых покупателей. Они конкурируют в борьбе за клиентов, но в то же самое время работают с постоянной оглядкой друг на друга. Аукционные дома, будучи крупными коммерческими корпорациями, возможно, находятся в более выгодном положении, поскольку обладают большим капиталом и свободой действий. Традиционно на торгах можно приобрести произведения, уже прошедшие как минимум через

одни руки. Однако необходимость расширять границы рынка и удовлетворять спрос заставляет аукционные дома заступать на территорию, исторически принадлежащую галереям.

Прецедентов такого нарушения границ множество. Томпсон вспоминает, как в 1998 году коллекционер Чарльз Саатчи передал Кристи несколько десятков работ молодых художников, которые до этого ни разу не продавались. Бенаму указывает на то, что аукционные дома все чаще берут на себя функции галеристов и также начинают заниматься поиском новых художников. В последнее время популярны стали торги, где на продажу выставляется коллекция тематически подобранных вещей. Некоторые аукционные дома идут еще дальше и устраивают торги, формированием коллекции которых занимается куратор.

По-настоящему конфликтная ситуация сложилась в сентябре 2008 года, накануне кризиса, когда «Сотбис» согласился провести персональный аукцион работ Дэмиена Херста. Художник представил на торги новые вещи из мастерской в обход своего галериста, поставив под вопрос правомерность самого существования рыночной системы в ее сегодняшнем виде. Впрочем, на следующий день после аукциона было объявлено о банкротстве *Lehman Brothers*, и торги Херста стали символическим завершением десятилетия беспрецедентного роста цен на искусство.

Более глобальное проявление проблемы коммерциализации искусства — изменение статуса музеев и стирание границ между коммерческим и некоммерческим художественным пространством. Наиболее последовательно

из всех его анализирует Досси (впрочем, в своем практическом ключе о месте музеев в системе арт-рынка говорят Томпсон, а также Григ и Бак). Не выдерживая конкуренции с частными покупателями за произведения современных художников, музей вынужден взаимодействовать с попечителями, дарителями и спонсорами, балансируя между самостоятельным формированием выставочной политики и зависимостью от частной финансовой поддержки извне.

Привлекательность искусства для покупателя отчасти заключается в его некоммерческой сущности, а значит, мнение таких нерыночных институтов, как музей, оказывается важным фактором в определении ценности произведения.

К примеру, некоммерческая биеннале современного искусства в Венеции зачастую служит ориентиром для тех, кто затем едет на ярмарку в Базеле, не менее известную и авторитетную, — нередко в павильонах Джардини и на стендах галеристов можно увидеть одни и те же имена. По словам Досси, музею необходимо оставаться корректором рынка. И хотя ее опасения по поводу «музейного апокалипсиса» могут показаться преувеличением, нарушение баланса между коммерческим и некоммерческим, все менее четкое разграничение этих сфер и неопределенность их взаимоотношений представляются наиболее актуальной проблемой современного мира искусства.

*Анна Арутюнова*

### **Как совершать художественные действия с помощью слов**

Именно Марсель Дюшан является для рецензируемого автора наиболее симптоматичным феноменом человеческой культуры всех эпох. Начав с несколько разочаровывающего обращения к психоаналитической фразеологии, Тьерри де Дюв вскоре дает понять, что его жест не имеет ничего общего с очередной попыткой описать генеалогию художественного изобретения через тривиальную сцену инцестуального рая. Его задача заключается в том, чтобы спроецировать саму эвристику метода Фрейда на историю искусства — с надеждой на некоторые эпистемологические выгоды и готовностью отбросить строительные леса теоретического сопоставления, если параллель окажется устойчивой. Точно так же, как Фрейд полагал, что его

собственное бессознательное (выраженное в желании доказать свою невиновность в сновидении об Ирме) прольет свет на феномен бессознательного вообще, де Дюв рассчитывает истолковать эпизод в артистической судьбе Дюшана как судьбоносный момент для живописи в целом<sup>1</sup>.

Дюшан начинает заниматься живописью довольно рано (первая известная картина датирована 1902 годом)

1. Практика живописи, по мнению де Дюва, родственна сублимации, но нет смысла заниматься детективом в духе Фрейда, когда в названии картины не только фигурирует женщина (см. ниже), но и сам разрыв между ним и изображением уже осуществляет часть психоанализа картины.