

СЕМЬ ДНЕЙ В ИСКУС- СТВЕ

Сара
Торнтон



Banksy
Love is in the Bin, 2018

Sotheby's

Сара Торнтон
Семь дней в искусстве
Серия «Подарочные
издания. Искусство»

индд предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66766228
Сара Торнтон Семь дней в искусстве:
ISBN 978-5-04-161826-1

Аннотация

Рынок искусства переживает бум. Посещаемость музеев растет. Художниками называют себя больше людей, чем когда-либо. Современное искусство стало массовым развлечением и предметом роскоши. Эта книга Сары Торнтон – уникальное исследование загадочной области нашего мира, где каждая глава – отдельный очерк о том, как работает изнутри одна из ее сторон.

Автор словно с видеокамерой в руках посетит аукцион и биеннале, нью-йоркский журнал, институт искусств, ярмарку, мастерскую художника и торжественное награждение. Этот путь, который едва ли доступен каждому, читатель пройдет вместе с ней от и до, всегда находясь в самом центре событий.

Сара Торнтон откровенно смотрит на стихию искусства изнутри и убедительно доказывает, что этот увлекательный мир

не только возмутительный и фальшивый, но временами просто забавный.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

Содержание

Введение	10
Глава 1	27
Конец ознакомительного фрагмента.	54

Сара Торнтон

Семь дней в искусстве

Sarah Tornton

Seven Days in the Art World

Copyright © 2009, 2008 by Sarah Tornton

All rights reserved

Во внутреннем оформлении использованы иллюстрации:

Rusyn Viktoriia, DODOMO, LivDeco, Dasha D /

Shutterstock.com

Используется по лицензии от Shutterstock.com

Фото на обложке: © Jack Taylor / GettyImages.ru

Во внутреннем оформлении использованы иллюстрации:

Rusyn Viktoriia, DODOMO, LivDeco, Dasha D /

Shutterstock.com

Используется по лицензии от Shutterstock.com

Серия «Подарочные издания. Искусство»

© Перевод с английского. А. Ковальчученко, А. Степанова, 2020

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2022

* * *



Посвящается Гленде и Монте



Введение



«Семь дней в мире искусства» – это описание замечательного периода в истории искусства. За последние восемь лет¹ рынок современного искусства пережил настоящий бум, посещаемость музеев резко возросла, и многие позволили себе отказаться от ежедневной работы и стали именоваться художниками. Мир искусства расширялся и ускорялся, становился всё круче, моднее и дороже.

Мир современного искусства – широкая сеть пересекающихся субкультур, объединенных верой в искусство. Она опутывает весь земной шар, концентрируясь в таких арт-столицах, как Нью-Йорк, Лондон, Лос-Анджелес и Берлин. Яркие арт-сообщества есть и в Глазго, Ванкувере и Милане, но это скорее замкнутые мирки, члены которых часто решают не выходить за их пределы. И всё же мир искусства сегодня более полицентричен, чем в двадцатом веке, когда первенство удерживал Париж, а затем Нью-Йорк.

Люди, вовлеченные в мир искусства, обычно исполняют одну из шести ролей: художника, дилера, куратора, критика, коллекционера или эксперта аукционного дома. Бывают художники-критики и дилеры-коллекционеры, но они сами признают, что не так просто совмещать сразу две роли, и только одна из них обычно доминирует в восприятии обществом. Очень трудно быть уважаемым и успешным худож-

¹ Первое издание книги Сары Торнтон вышло в 2008 году, следовательно, автор, скорее всего, имеет в виду период 2000–2008 годов (примеч. ред.).

ником, но центральную роль всё же играют арт-дилеры, которые, направляя деятельность остальных игроков, занимают в мире искусства главное место. По мнению Джеффа По, дилера, который появляется в нескольких главах этой книги, «в мире искусства важна не власть, а контроль. Власть – это что-то вульгарное, контроль – более рассудочное, более точное понятие. Всё начинается с художников, потому что именно их произведения определяют дальнейший ход игры, но им нужен честный диалог с соучастником. Незаметный контроль, подкрепленный доверием, – вот реальный мир искусства».

Важно понимать, что *мир* искусства гораздо шире, чем *рынок* предметов искусства. Рынок – это люди, покупающие и продающие произведения искусства (то есть дилеры, коллекционеры, аукционные дома), но многие деятели мира искусства (критики, кураторы и сами художники) не участвуют в этой коммерческой деятельности непосредственно и на регулярной основе.

Мир искусства – область, где многие не просто работают, но и живут с утра до вечера. Это «условная экономика», где люди обмениваются мнениями и где культурная ценность – понятие дискуссионное и далеко не всегда определяется деньгами.

Мир искусства часто воспринимается как бесклассовый, в котором бывшие бедные художники пьют шампанское с высокооплачиваемыми менеджерами хедж-фондов, научными кураторами, модельерами и другими «людьми творческих профессий». Но вы ошибетесь, если подумаете, что мир искусства равноправен или демократичен.

Искусство – это эксперименты и идеи, но также и превосходство и исключительность. В обществе, где каждый ищет, с помощью чего мог бы хоть немного выделиться из общей массы, такое сочетание пьянит.

Мир современного искусства – это, по Тому Вулфу, «статус-сфера». Он построен согласно довольно размытой и часто противоречивой иерархии, основанной на славе, доверии, исторической значимости, организационной принадлежности, образовании, очевидной разумности, богатстве и различной атрибутике вроде размера коллекции. Я много путешествую по миру искусства, и меня неизменно забавляет озабоченность всех его участников своим статусом. Пожалуй, самые яркие примеры такой озабоченности – дилеры, продумывающие расположение стенда на художественной выставке, или коллекционеры, стремящиеся быть первыми в очереди за новым «шедевром», однако никто не является исключением из правил. Джон Балдессари, художник

из Лос-Анджелеса, мудрые и остроумные высказывания которого вы найдете на этих страницах, однажды сказал мне: «У художников огромное эго, но его проявление со временем меняется. Меня крайне утомляет назойливость некоторых, когда они настойчиво рассказывают мне о своих карьерных достижениях. Хорошо бы изобрести какие-то знаки отличия, которые справились бы с этой задачей: выставляешь на биеннале Уитни или в галерее “Тейт” и цепляешь их на пиджак, чтобы все видели. Художники могли бы носить лампасы, как генералы, чтобы каждый видел их уровень».

Если бы можно было сформулировать единый для всего мира искусства принцип, то он, вероятно, заключался бы в том, что нет ничего важнее самого искусства. Некоторые действительно верят в это, а другие знают, что это *de rigueur*². Так или иначе, социальное окружение искусства часто презирается как малозначимое и грязное.

Социальное окружение искусства часто презирается как малозначимое и грязное.

Когда я изучала историю искусства, мне посчастливилось ознакомиться со многими недавно созданными работами, но я не имела четкого представления о том, как они распространяются, как стали считаться достойными внимания крити-

² Прилично, правило (фр.) (примеч. ред.).

ков или как вообще получили признание, как их продвигали, как они продавались или попадали в коллекции. В наши дни работы современных художников составляют большую часть образовательной программы, поэтому стоит разобраться в основных понятиях искусства и процесса оценки, которую произведение проходит на пути от студии до постоянной экспозиции музея (или до мусорного контейнера, или любого другого подобного места). Куратор Роберт Сторр, главный герой главы «Биеннале», сказал мне: «Задача музеев – снова сделать искусство бесценным. Они изымают работы из рыночного оборота и помещают их в такое место, где они становятся общественным достоянием». Мои исследования показывают, что великими произведения становятся не просто так. Величие именно создается, причем не только художниками и их помощниками, но и дилерами, кураторами, критиками и коллекционерами, поддерживающими эти работы. Это не значит, что искусство недостаточно велико само по себе или что работы, попавшие в музей, не заслуживают там находиться. Ни в коем случае. Просто коллективное мнение не столь примитивное и непостижимое, как может показаться.

Оригинальность не всегда вознаграждается, но некоторые рискуют и привносят что-то новое, становясь ориентиром для остальных.

Основная мысль «Семи дней в мире искусства»: современное искусство стало своего рода альтернативной религией для атеистов. Художник Фрэнсис Бэкон однажды сказал: когда «человек» осознает, что он всего лишь случайность в большой системе из самых разных объектов, он может лишь «обманываться в течение какого-то времени». Затем Бэкон добавил: «живопись, как и искусство в целом, полностью стало игрой, с помощью которой человек отвлекается... и художник, чтобы его признали, должен погрузиться в эту игру». Для многих людей искусства и поклонников творчества других видов концептуальное искусство служит неким экзистенциальным каналом, посредством которого они привносят смысл в свою жизнь. Оно требует истовой веры, но и вознаграждает верующего ощущением собственной значимости. Более того, подобно тому, как церкви и другие ритуальные места выполняют социальную функцию, так и художественные мероприятия рожают ощущение общности, основанной на общих интересах. Эрик Бэнкс, писатель-редактор, который появится в пятой главе, утверждает, что страстные обсуждения в мире искусства имеют неожиданную пользу. «Люди действительно говорят об увиденных произведениях искусства, — сказал он. — Если я читаю, скажем, книгу Роберто Боланьо, мне практически не с кем обсудить прочитанное. Чтение занимает много времени и требует уедине-

ния, в то время как изобразительное искусство способствует быстрому формированию различных сообществ».

Несмотря на эгоизм и заботу о собственных интересах, мир искусства опирается на общее мнение в той же степени, как и на анализ каждого конкретного случая или критику. Хотя мир искусства почитает всё нетрадиционное, в нем хватает и конформизма. Художники создают произведения, лишь «выглядящие как искусство», и это закрепляет стереотипы. Кураторы потворствуют ожиданиям коллег и музейных советов. Коллекционеры носятся стадами, чтобы купить работы горстки модных художников. Критики поднимают пальцы вверх, чтобы узнать, в какую сторону дует ветер, и «сделать всё правильно». Оригинальность не всегда вознаграждается, но некоторые рискуют и привносят что-то новое, становясь ориентиром для остальных.



Высокие цены привлекают внимание СМИ, и они, в свою очередь, популяризируют искусство как роскошный товар и символ высокого статуса.

Эта книга пишется во время бурного развития арт-рынка. Чтобы понять, почему рынок настолько оживился за последнее десятилетие, можно начать с ответа на вопрос, почему искусство стало таким популярным. В этой книге даются варианты ответа. Вот несколько простых, взаимосвя-

занных гипотез. Во-первых, мы стали образованнее, чем когда-либо (за последние двадцать лет процент людей с высшим образованием в США и Великобритании резко возрос), и у нас появился аппетит к более сложным в культурном отношении товарам. В идеале искусство побуждает к размышлениям, требует активных, но приятных умственных усилий. Пусть некоторые области культурного ландшафта и кажутся «примитивными», значительная зрительская аудитория всё равно тянется туда, где бросают вызов набившим оскомину, традиционным подходам. Во-вторых, хотя мы и лучше образованны, но меньше читаем. Наша культура стала телевизионной или даже ютьюбовой. Одни сетуют на «вторичность» вербальной современной культуры, другие указывают на рост зрительской грамотности и, вместе с тем, на более широкое распространение визуальных интеллектуальных удовольствий. В-третьих, в мире стремительной глобализации искусство вышло за пределы границ. Оно становится общепонятным языком и затрагивает общие проблемы, на что не способны другие культурные формы, привязанные к слову.

По иронии судьбы, еще одна причина такой популярности художественных произведений – их дороговизна. Высокие цены привлекают внимание СМИ, и они, в свою очередь, популяризируют искусство как роскошный товар и символ высокого статуса. За последние десять лет самая зажиточная часть населения планеты стала еще богаче, мы стали свидете-

лями роста числа миллиардеров. По словам Эми Каппеллаццо, сотрудницы аукционного дома «Кристис», «чего еще желать после того, как у вас появляется четвертый дом и самолет G5? Искусство чрезвычайно обогащает. Почему бы людям не устремиться к новому искусству?». Число людей, которые не просто занимаются коллекционированием, а накапливают запасы произведений искусства, выросло с сотен до тысяч. В 2007 году аукцион «Кристис» продал 793 арт-объекта более чем по миллиону долларов каждый. В цифровом мире клонируемых культурных ценностей уникальные арт-объекты становятся сопоставимыми с недвижимостью. Они позиционируются как надежные активы, которые не растают в воздухе. Аукционные дома стали обхаживать тех, кто ранее думал, что не может позволить себе покупку предметов искусства. Перспектива выгодной перепродажи породила относительно новую идею о том, что современное искусство – хорошая инвестиция, а на рынке появилось понятие «превосходная ликвидность».

Эффект сильного рынка вышел далеко за рамки жалоб коллекционеров на стремительный рост цен и резкого расширения площадей галерей. Богатство просачивается. Всё большее число художников очень хорошо зарабатывает на жизнь, некоторые – не хуже поп-звезд. Критики штампуют тексты для редакционных колонок. Кураторы уходят из музеев на более высокооплачиваемую работу в галереях. Однако рынок оказывает влияние и на восприятие зрителей. Мно-

гие опасаются, что установление рыночной цены затмило любые другие формы ответной реакции, такие как позитивная критика, художественные премии и музейные выставки. Они приводят в пример некоторых художников, уровень работ которых снизился в результате необузданного стремления к росту продаж. Даже самые успешные дилеры согласны с тем, что зарабатывание денег должно быть лишь побочным продуктом искусства, а не главной целью художника. Искусство нуждается в мотивах более глубоких, чем выгода, если оно хочет отличаться от других форм культуры и быть выше них.

Поскольку мир искусства разнообразен, непрозрачен и откровенно скрытен, трудно дать ему обобщенную и всеобъемлющую оценку. Более того, редко кому удастся войти в мир искусства. Я попыталась рассмотреть эти проблемы в семи историях, действие которых происходит в шести городах пяти стран. Каждая глава – описание одного дня, которое, надеюсь, даст читателю ощущение, что он находится внутри событий, происходящих в мире искусства. Каждая история основана в среднем на тридцати-сорока пространственных интервью и многочасовых закулисных, так называемых включенных наблюдениях – наблюдениях изнутри за участниками событий. Хотя такого рода исследования обычно называют съемкой скрытой камерой, более точной метафорой будет «кошка на охоте»³, ведь хороший наблюдатель больше похож на

³ Автор сравнивает созвучные «анималистичные» выражения *fly on the wall*

бродячую кошку: она любопытна, общительна и безобидна; иногда становится навязчивой, но ее легко проигнорировать.

В первых двух главах описываются противоположные явления. «Аукцион» – это подробный отчет о вечерней распродаже дома «Кристис» в Рокфеллер-центре в Нью-Йорке. Как правило, на аукционах вы не увидите художников. Эти мероприятия служат конечной точкой, а некоторые даже говорят – моргом для произведений искусства. В главе «Критический разбор», напротив, описывается легендарный семинар в Калифорнийском институте искусств – своего рода инкубаторе, в котором студенты превращаются в художников и изучают основы профессии. Нет ничего более далекого от погруженной в размышления и малобюджетной жизни художественной школы, чем быстрота принятия решений и богатство аукционного зала, но и то и другое играют важную роль в понимании того, как устроен мир искусства.

Точно так же противопоставляются «Художественная ярмарка» и «Визит в мастерскую»: в первой говорится о потреблении, во второй – о производстве.

(«муха на стене» – съемка скрытой камерой) и *cat on the prowl* – кошка на охоте (примеч. ред.).



Мастерская – лучшее место для внимательного изучения работы конкретного художника, а художественную ярмарку можно назвать роскошной торговой выставкой, где клубится толпа, разглядывает множество работ и не дает сосредоточиться на каком-либо конкретном произведении.

В главе «Художественная ярмарка» описывается день открытия ярмарки «Арт-Базель» в Швейцарии. Она внесла большой вклад в интернационализацию и сезонность мира искусства. Художник Такаси Мураками, который играет яркую эпизодическую роль в Базеле, и есть главный герой главы «Визит в мастерскую», действие которой происходит на трех его рабочих площадках и в литейном цехе в Японии. Студии Мураками, по масштабам превосходящие «Фабрику» Энди Уорхола, служат не просто помещениями, в которых художник создает произведения искусства, а сценой для воплощения его художественных замыслов и площадкой для переговоров с кураторами и дилерами.

В главах четыре и пять – «Премия» и «Журнал» – излагаются истории, сюжет которых вращается вокруг дебатов, судейства и публичных выставок. В «Премии» рассказывается о британской премии Тёрнера⁴. Действие происходит в день, когда ее жюри под руководством директора галереи «Тейт» Николаса Сероты решает, кто из четырех номинированных художников поднимется на подиум, чтобы получить чек на 25 тысяч фунтов стерлингов во время телевизионной церемонии награждения. В этой же главе рассматриваются конкуренция между художниками, роль наград в их карьере и взаимодействие средств массовой информации и музеев.

В главе «Журнал» я исследую различные точки зрения на значение и непредвзятость арт-критиков и начала наблюдения с редакции «Артфорум интернешнл», глянцевого журнала о мире искусства, а затем перешла к беседам с влиятельными арт-критиками, такими как Роберта Смит из «Нью-Йорк Таймс». Потом с целью изучить разные мнения я ворвалась на собрание историков искусства. Также здесь рассказываю, как обложки журналов и обзоры в прессе способствуют карьере художника, как именно искусство и художники входят в анналы истории искусства.

Действие заключительной главы – «Биеннале» – разворачивается в Венеции, среди хаоса старейшей международной выставки. Венецианская биеннале, казалось бы, должна быть

⁴ Уильям Тёрнер – английский художник XIX века. Премия его имени учреждена в 1984 году галереей «Тейт» (примеч. ред.).

праздником, но на самом деле это весьма напряженное профессиональное мероприятие, которое настолько сильно социализировано, что на нем трудно сосредоточиться на искусстве. Этой главой я отдаю дань уважения кураторам, способным организовать всё это. В «Биеннале» также приводятся размышления о существенной роли памяти в осмыслении современности, а также о том, как ретроспективы помогают определить истинное величие явлений.

Хотя временные рамки повествования книги сжаты до одной недели, работа над ней была долгим и достаточно медленным процессом. В прошлом, при работе над другими этнографическими проектами, я погружалась в ночной мир лондонских танцевальных клубов и работала под прикрытием в качестве «разработчика бренда» в рекламном агентстве. Меня очень интересовали все подробности подобной жизни, но со временем мне это всё надоело. Тем не менее, несмотря на всесторонние исследования, я всё еще нахожу мир искусства захватывающим, и одна из причин этой симпатии, несомненно, заключается в том, что он чрезвычайно сложен. Другая причина моей привязанности в том, что в этой сфере стираются границы между работой и игрой, местным и международным, культурой и экономикой. Прихожу к мнению, что мир искусства выступает прообразом социальных моделей будущего. Пусть представители мира искусства и любят демонстрировать нелюбовь к нему, я должна согласиться со словами издателя «Артфорума» Чарльза Джуарино: «Имен-

но в мире искусства я нашел больше всего родственных душ – довольно странных, невероятно образованных, анахроничных, анархичных, – и я счастлив».

Впрочем, когда затихают разговоры и толпы расходятся по домам, настоящее блаженство – остаться в зале в окружении прекрасных произведений искусства!



Глава 1

Аукцион



ГЛАВА 1

АУКЦИОН

Ноябрьский полдень в Нью-Йорке, 16:45. Кристофер Бёрг, главный аукционист «Кристис», проверяет звук. Пятеро рабочих ползают на коленях с линейками в руках и рассчитывают такое расстояние между стульями, чтобы аукционный зал вместил как можно больше богатых клиентов. На стенах, обитых бежевой тканью, размещены картины известных художников, таких как Сай Твомбли и Эд Рушей. Злопыхатели описывают интерьер как «высококласное похоронное бюро», но многим нравится этот ретро-модернистский стиль 1950-х.

Бёрг опирается на трибуну из темного дерева и с легким английским акцентом выкрикивает в пустой зал:

– Один миллион сто. Один миллион двести. Один миллион триста. Это с покупателем от Эми по телефону. Это не вам, сэр. И не вам, мадам. – Он улыбается. – Один миллион четыреста тысяч долларов даме сзади... Один миллион пятьсот... Благодарю вас, сэр.

Кристофер Бёрг смотрит на воображаемый список телефонов, который будет подготовлен сотрудниками «Кристис» незадолго до торгов, и размышляет, стоит ли подождать еще одного предложения. Он терпеливо ждет, кивает, подтверждая, что телефонный покупатель не пойдет дальше, и снова смотрит в зал, чтобы окончательно психологически оценить двух других воображаемых покупателей.

– Готово? – спрашивает он любезным тоном. – Продано...

Один миллион пятьсот тысяч долларов джентльмену у прохода, – и Кристофер так резко и сильно ударяет молотком, что я подпрыгиваю.

Молоток расставляет все точки над *i* и выносит приговор. Он завершает каждый лот, но это также небольшая расплата для тех, кто не сделал достаточно высокую ставку. Бёрг всяма искусно размахивает морковкой: *Это уникальное произведение искусства может стать вашим! Разве оно не прекрасно?! Посмотрите, сколько людей хотят получить его! Присоединяйтесь, сделайте жизнь веселее, не беспокойтесь о деньгах...* Затем в мгновение ока бьет палкой всех, кроме одного, готового заплатить больше, будто любые соблазны и буйства арт-рынка проявились в ритме одного лота.

Пустой зал – мизансцена тревожного сна аукционистов и актеров. И тем и другим снится, что их застали голыми перед аудиторией. Однако в самом повторяющемся кошмарном сне Бёрг не может вести торги, поскольку его аукционные заметки выглядят как неразборчивая абракадабра.

– Вижу, как сотни человек начинают беспокоиться, – поясняет Бёрг. – Актеру подана реплика, а он не может выйти на сцену, а я не могу начать торги, потому что не могу разобраться в собственных записях.

Многие готовы умереть, лишь бы заполучить «секретную книгу» Бёрга. Она вроде сценария торгов. Сегодня в ней шестьдесят четыре страницы, по одной на лот произведений искусства. На страницах приводится схема, где кто сидит,

с пометками, кто, как ожидается, сделает ставку и является ли этот человек агрессивным покупателем или «любителем легкой наживы», ищущим халявы. На каждой странице Бёрг также записал суммы, оставленные заочными участниками торгов, и резерв продавца (цена, ниже которой работа не должна продаваться) и т. д. Для почти сорока процентов лотов указаны страховые суммы, гарантированные каждому продавцу независимо от того, будет его работа продана или нет.

Два раза в год (в мае и ноябре) в Нью-Йорке и три раза в год (в феврале, июне и октябре) в Лондоне «Кристис» и «Сотбис» соответственно проводят крупные торги произведений современного искусства. Совместно они контролируют девяносто восемь процентов мирового аукционного арт-рынка.

Слово «торг» предполагает скидки и выгодные покупки, но аукционные дома стремятся добиться максимально высокой прибыли. Более того, именно эти невероятные суммы превратили аукционы в зрелищный вид спорта для высшего общества.

Сегодня цены начинаются от девяноста тысяч долларов и доходят до сумм настолько высоких, что они доступны только «по запросу».

– К моменту торгов, – объясняет Бёрг, – я уже иду полным ходом, не сворачивая. Полсотни раз репетирую торг, сводя себя с ума, и перебираю все возможные варианты будущих событий. – Бёрг поправляет галстук и одергивает темно-серый пиджак. Его стрижка настолько обычная, что не нуждается в описании. У него прекрасная дикция и сдержанные жесты. – На вечерних торгах, – продолжает он, – аудитория настроена враждебно. Настоящий Колизей, где зрители держат наготове большие пальцы, чтобы поднять или опустить их⁵. Они хотят дойти до всеобщей катастрофы, моря крови, вопят «Уволоките его!» – или жаждут рекордных цен, невероятного азарта, хохота – этакая вечеринка в театре.

Бёрг считается лучшим аукционистом, мастером своего дела. У него репутация человека по-настоящему обаятельного и обладающего жестким контролем над залом. Я представляю его уверенным дирижером оркестра или авторитетным церемониймейстером, а не жертвой гладиаторских боев.

– Если бы ты только знала, как я боюсь, – признается он. – Аукцион – одно из самых скучных занятий, известных человечеству. Люди сидят по два часа, а этот идиот всё бубнит и бубнит... Здесь жарко. Неудобно. Люди засыпают. Для нашего персонала это очень напряженная работа, а для меня –

⁵ Жесты, используемые древнеримской толпой: поднятый большой палец руки, вероятно, означал помиловать побежденного гладиатора, опущенный обрекал его на смерть (примеч. ред.).

настоящий ужас.

– Но выглядит так, будто ты хорошо проводишь время, – возражаю я.

– Это виски, – вздыхает Бёрг.

Его воображение выходит далеко за рамки цен, которые он объявляет. У игроков даже в самой беспримесной части мира искусства есть характер. Бёрг выглядит совершенно обычно, но, как выясняется, его внешняя заурядность, по крайней мере частично, преднамеренная.

– Я всегда беспокоюсь, что стану манерным и начну вести себя карикатурно. У нас есть небольшая армия коучей и преподавателей речи, которые наблюдают за нами. Нас снимают на видео, а затем делают разбор отснятого, чтобы мы избавились от дефектов речи, убрали суетливые движения и другую ненужную манерность.

Давление общественного мнения – относительно новое явление для тех, кто занимается современным искусством. Искусство художников-современников не продавалось публично с помпой вплоть до конца 1950-х.

Карьера художника вроде Пикассо совершалась частным образом. Люди могли знать его как знаменитого художника, говорить что-то вроде «мой ребенок может рисовать не хуже», но их не волновали суммы, которые платят за работу такого художника, – они их просто не знали.

Теперь же художники могут попасть на первые полосы национальных газет только потому, что на аукционе за их работы заплачены огромные суммы. Более того, с момента, когда работа покидает мастерскую художника, до ее публичной перепродажи проходит всё меньше и меньше времени. Спрос коллекционеров на новое, свежее, молодое искусство находится на небывало высоком уровне, но, как объясняет Бёрг, это также вопрос предложения:

– У нас заканчивается запас старых работ, наш рынок приближается к сегодняшнему дню. Из оптового магазина поддержанных вещей мы превращаемся в нечто, близкое к розничной торговле. Нехватка старых работ выводит на первый план новые.

Бёрг уходит, чтобы принять участие в решающем предпродажном совещании на высшем уровне, где он подтвердит каждую цену и добавит последние штрихи в свою книгу рыночных секретов. «Непосредственно перед аукционом мы обычно уже имеем точное представление о том, как пройдут торги, – объяснял представитель “Кристис”. – Мы принимаем к сведению все запросы о состоянии и реставрации работ. Большинство наших покупателей мы знаем лично. Мы можем не знать, насколько сильно они будут газовать, но неплохо знаем, кто на что делает ставки».

В мире аукционов больше говорят об «имуществе», «активах» и «лотах», чем о картинах, скульптурах и фотографиях. Они «оценивают», а не «критикуют».

Аукционные дома всегда следовали неписаному правилу: «стараться» не продавать произведения искусства, которым меньше двух лет. Они не хотят наступать на пятки дилерам, потому что у них нет ни времени, ни опыта для продажи работ неизвестных художников. Более того, современные художники, за некоторыми существенными исключениями вроде Дэмиена Хёрста, часто непредсказуемы и капризны. «Мы имеем дело не с художниками, а только с их произведениями, и это хорошо, – в непринужденной беседе сообщил мне сотрудник “Сотбис”. – Я потратил на художников много времени, и это сущий геморрой». В этом смысле смерть художника может считаться благоприятным исходом, поскольку прекращается поступление на рынок его новых работ, можно в целом оценить его творчество и выстроить четкую стратегию торговли его творениями.

Большинство художников никогда не посещали аукционы и не имеют особого желания это делать. Их не устраивает, что аукционные дома относятся к искусству как к любому другому товару, подлежащему продаже и обмену. В мире аукционов больше говорят об «имуществе», «активах» и «лотах», чем о картинах, скульптурах и фотографиях. Они «оценивают», а не «критикуют». Например, «хороший Бас-

кия» создан в 1982 или 1983 году: голова, корона и красный цвет. Ценится не суть произведения искусства, а его уникальные продажные качества, экономическая целесообразность приобретения данного «товара», что приводит к фетишизации даже первых намеков на бренд или индивидуальный стиль художника. Парадоксально, но в мире искусства именно сотрудники аукционных домов чаще используют такие высокопарные выражения, как «гений» и «шедевр», поскольку они входят в их стратегию продаж.



Рекордная цена порождает восторженное восприятие творчества художника, тогда как выкуп — едва ли не визит старухи с косой.

Первичные дилеры работают напрямую с художниками, устраивают выставки их работ, только вышедших из мастерской, и помогают сделать имя. Они склонны считать аукционы аморальным и даже порочным явлением. Как выразился один из них, «когда помещение, в котором происходят подобные сделки, называют домом, на ум приходят только две профессии». Дилеры вторичного рынка, напротив, практически не общаются с художниками, а тесно сотрудничают с аукционными домами и очень осмотрительно играют на торгах.

Первичные дилеры обычно стараются избегать продажи

произведений искусства людям, готовым «слить» их на аукцион, чтобы не терять контроля над ценами работ своих подопечных. Пусть высокая цена на аукционе и может позволить первичному дилеру поднять стоимость работ художника, подобный денежный рейтинг способен нанести ущерб его карьере. Многие воспринимают аукционы как барометр художественного рынка. Художники могут стать очень востребованными, когда у них в активе есть персональная выставка в крупном музее, но позже их работы могут не достичь даже минимально приемлемой цены, и их произведения униженительно «выкупают» (то есть работа не продана). Аукционы усугубляют такие резкие колебания спроса, когда оглашают факт, что в один год люди были готовы заплатить за работу этого художника полмиллиона долларов, а в следующем не дают за его аналогичную работу и четверти миллиона. Рекордная цена порождает восторженное восприятие творчества художника, тогда как выкуп – едва ли не визит старухи с косой.

Лучше всего в мире искусства – коллекционировать.

Сейчас 17:30, и я должна быть в полуквартале отсюда, чтобы записать интервью с консультантом по искусству Филиппом Сегало. Пролетаю мимо Джила, самого популярного швейцара «Кристис», выбегаю через вращающиеся двери

на Сорок девятую западную улицу и умудряюсь войти в кафе на тридцать секунд раньше моего визави. Раньше Сегало работал в «Кристис», а теперь он совладелец мощной арт-консалтинговой компании «Жиро, Писсарро, Сегало». Он из тех игроков, которые при финансовой поддержке своих клиентов могут «делать рынки» для художников.

Мы оба заказываем карпаччо из рыбы и газированную воду. Сегало одет в традиционный темно-синий костюм, но его нагеленные волосы торчат дыбом. Вроде в рамках моды, а вроде и вне ее, скорее в границах собственной вселенной стиля. Сегало никогда не изучал искусство. Он получил степень МВА⁶, затем работал в отделе маркетинга компании «Л'Ореаль» в Париже.

– Я не случайно перешел от косметики к искусству, – объясняет он, – ведь и здесь мы имеем дело с красотой, с ненужными вещами, абстракциями.

Сегало говорит очень быстро и страстно на френглише – впечатляющей смеси французского и английского. Он давний советник селф-мейд⁷-миллиардера Франсуа Пино – владельца «Кристис» и ведущего коллекционера. Пино – важная птица на рынке искусства⁸. Когда он выставляет рабо-

⁶ Магистр делового администрирования (примеч. ред.).

⁷ Селф-мейд (от англ. *self-made* – ручная работа, сам сделал) – обязанный всем, чего добился, только самому себе (примеч. ред.).

⁸ В 2007 году Пино занял тридцать четвертое место в списке миллиардеров мира по версии *Forbes*. Он владеет многими люксовыми брендами, в том числе *Gucci*, *Yves St. Laurent*, *Sergio Rossi*, *Balenciaga* и *Chateau Latour*.

ту на «Кристис», то либо хорошо зарабатывает на ее продаже, либо, если она не покупается, пополняет свою коллекцию еще одним экземпляром.

– Франсуа Пино – мой любимый коллекционер, – признается Сегало. – У него настоящая страсть к современному искусству и уникальное чутье на шедевры. У него нюх на качество и острый глаз.

Создание завесы тайны над коллекцией, с которой работает, – неотъемлемая часть труда консультанта. У любого произведения искусства, приобретенного Пино, только за счет этого увеличивается стоимость. Художник, конечно, самый важный персонаж как создатель произведения, но огромное значение для определения ценности творения имеют руки, через которые оно проходит. Само собой разумеется, каждый участник арт-рынка нахваливает свои деловые контакты. Пино – один из двадцати коллекционеров, с которыми Сегало и его партнеры работают на постоянной основе.

– Лучше всего в мире искусства – коллекционировать, – поясняет Сегало. – Вторая по предпочтительности позиция – наша. Люди приобретают у нас произведения, которые мы и сами купили бы, если бы могли себе это позволить. Мы живем рядом с работами пару дней или недель, но в конце концов они уходят, и мы ощущаем глубокое удовлетворение. Иногда даже завидуем, но это и есть наша работа – связать правильное произведение с правильным коллекционером.

Как Сегало узнаёт, что нашел нужное произведение?

— Это чувствуешь! — эмоционально делится он. — Я ничего не читал об искусстве, меня не интересует литература об искусстве. Я получаю все художественные журналы, но не читаю их. Не хочу, чтобы на меня влияли отзывы в них, а просто смотрю, наполняюсь образами. Не стоит так много говорить об искусстве. Я убежден, что великое произведение скажет само за себя.

Доверие интуиции свойственно большинству коллекционеров, консультантов и дилеров, и они любят поговорить об этом. Однако редко встретишь профессионала от искусства, готового признать, что он не читает ничего об искусстве. Для подобного признания нужна некая бравада. Подавляющее большинство подписчиков художественных журналов просто просматривают иллюстрации, и многие коллекционеры жалуются, что художественные обзоры, особенно в главном отраслевом журнале «Артфорум», нечитабельны. Однако большинство консультантов гордятся своими глубокими изысканиями.

Люди, которые играют на аукционе, говорят, что с этим ничто не сравнится: «Сердце бьется быстрее. Адреналин захлестывает с головой. Даже самые хладнокровные покупатели покрываются потом». Если делаете ставку в зале, то становитесь частью шоу, а если покупаете, то это публичная победа. Используя язык аукционного дома, вы фактически «выигрываете» художественные произведения. Сегало говорит, что никогда не нервничает, но признает, что это похоже

на сексуальную победу.

– Покупать очень легко. Гораздо сложнее устоять перед искушением купить. Надо быть избирательным и требовательным, потому что покупка вызывает невероятное удовлетворение, это поступок настоящего мачо.

Произведение искусства стоит ровно столько, сколько кто-то готов за него заплатить. Это клише, но оно работает.

Психология покупки сложная, если не сказать – извращенная. Сегало говорит своим клиентам: «Самые дорогие покупки – те, которые причиняют самые сильные страдания, – окажутся наилучшими». То ли из-за острой конкуренции, то ли из-за значительных финансовых вложений, но в искусстве есть нечто необоримое, с чем трудно совладать. Как и любовь, оно разжигает желание. Сегало предупреждает своих клиентов: «Сообщите мне вашу цену, но будьте готовы к тому, что я ее превышу».

– Бывало, я боялся говорить с коллекционером после покупки, потому что потратил вдвое больше, чем мы договаривались, на *крупные* приобретения, – признается он.

Я пытаюсь сформулировать вопрос о связи между заработком консультанта и переплатой за произведение искусства. Когда консультанты сидят на комиссионных, они ниче-

го не зарабатывают, если произведение не покупают. Если же они получают гонорар, то конфликта интересов не возникает. Пока пытаюсь подобрать нужные слова, чтобы затронуть эту деликатную тему, Сегало смотрит на часы. На его лице мелькает тревога. Он извиняется, встает, оплачивает счет и говорит:

– Было очень приятно.

Сижу, допиваю воду и собираюсь с мыслями. Сегало разительно увлечен. Мы сидели почти час, и всё это время он говорил с абсолютной убежденностью. Такая увлеченность – талант, необходимый для его работы. С одной стороны арт-рынка – спрос и предложение на произведения искусства, а с другой – экономика доверия. «Произведение искусства стоит ровно столько, сколько кто-то готов за него заплатить» – это клише, но оно работает. Правда, может показаться, что это похоже на взаимоотношения между мошенником и его жертвой, ведь покупатель верит каждому слову, которое произносит продавец, по крайней мере в момент их общения. Работа аукциона опирается на доверие на всех уровнях: на уверенности в том, что художник сейчас является значимой персоной и будет продолжать ею оставаться, на убеждении в том, что его работа достаточно хороша, и уверенности, что люди не откажутся финансово поддерживать эту деятельность.

18:35. Двери в двухэтажной стеклянной стене вестибюля «Кристис» безостановочно вращаются, пропуская непре-

рывный поток обладателей билетов. Многие дилеры и консультанты уже здесь, так как вечерние торги – это возможность встретиться и раскланяться с «денежными мешками». В очереди в гардероб и опять в очереди, чтобы забрать аукционные таблички, люди рассуждают о том, какие лоты хорошо сработают и кто что будет покупать. Все что-то знают. Люди понижают голос, когда произносят название или номер лота, поэтому, как правило, слышно только вывод: «это пролетит на ура» или «это вряд ли». Когда все расходятся по местам, коллекционеры желают друг другу удачи и говорят: «Увидимся в Майами». Улыбки так и сияют.

Толпа интернациональна. Слышно много французского, порой с бельгийским, швейцарским и парижским акцентами. В Бельгии и Швейцарии, похоже, самый высокий процент коллекционеров современного искусства на душу населения. До Второй мировой войны центром купли-продажи произведений искусства была Франция. С послевоенных времен и до начала 1980-х годов аукционной столицей был Лондон, но теперь этот британский город стал вторым по значимости, здесь покупатели обычно делают ставки по телефону. Глядя на эту оживленную толпу, трудно поверить, что до конца 1970-х Нью-Йорк был провинциальным форпостом арт-бизнеса. «Кристис» начал проводить здесь аукционы только в 1977 году, но уже в наши дни, по словам одного из экспертов «Кристис», «рынок ожил. Все основные игроки здесь, в зале».

Я вижу Дэвида Тейгера, нью-йоркского коллекционера. Ему под семьдесят. Он разговаривает с хорошо сохранившейся дамой примерно его возраста.

– Какой период вы собираете? – спрашивает она.

– Сегодняшнего утра, – отвечает он.

– Вам нравятся работы молодых художников? – серьезно спрашивает она.

– Не всегда, но я их покупаю, – шутит он.

– И... Вы сегодня будете делать ставки?

– Нет. Я пришел сюда не за покупками. Я прихожу, чтобы почувствовать аромат – запах того, что находится в духовке, – чтобы понять, на что настроена толпа. Это не имеет никакого отношения к тому, что я буду делать. Я пойду туда, где есть что-то незамеченное или недооцененное.

Тейгер гордится своей независимостью. По его мнению, на аукционах слишком силен стадный рефлекс. В 1963 году на выставке в галерее Стейбл он купил работу Энди Уорхола.

– Знаете, сколько я за него заплатил? – спрашивает он. – Семьсот двадцать долларов! А знаете, когда МоМА⁹ купил своего первого Уорхола? В восемьдесят втором!

Так зачем теперь Дэвиду Тейгеру тратить десять миллионов долларов на не столь значительного Уорхола? Это не соответствовало бы его авантюризму. Тейгер – коллекционер другого уровня.

⁹ *The Museum of Modern Art – Музей современного искусства в Нью-Йорке (немеч. пер.).*

Кто же покупает на аукционе? Многие «серьезные» коллекционеры современного искусства покупают у первичных дилеров. Это намного дешевле, хотя и намного рискованнее – бежать впереди паровоза. На вторичном рынке, или рынке перепродаж, риск ниже, потому что произведение уже прошло проверку рынком. Всякое искусство «бесценно», но уверенность в этом стоит дорого. Небольшой процент коллекционеров покупает работы только на аукционах. «Им нравится дедлайн¹⁰, – объяснял директор “Сотбис”, – ведь они обычно очень заняты, а распродажа заставляет их навести порядок в делах. Им нравится открытый характер аукциона, особенно если имеется андербиддер¹¹, готовый заплатить аналогичную цену. Им нравится уверенность в том, что они заплатили правильную рыночную цену в данный день в данном месте».

Одна из причин покупок на аукционе – попытка избежать отнимающих много времени переговоров с первичными дилерами. В интересах построения карьеры «своих» художников они стараются продавать работы только коллекционерам с отличной репутацией.

¹⁰ *Deadline* (англ., букв.: мертвая линия) – крайний срок, к которому должна быть выполнена задача, дальше затягивать дела нельзя (примеч. ред.).

¹¹ *Андербиддер* (аукц.) – участник торгов, который предлагает цену ниже другой предложенной цены, сбивает ставки или, наоборот, намеренно взвинчивает цену в пользу продавца (примеч. ред.).



Очереди за картинами, особенно художников с ограниченным числом работ, могут быть очень длинными – настолько, что многие желающие так и не войдут в число достаточно элитарных или образованных для «предложения им покупки».

Некоторые аукционеры жалуются на «полное отсутствие товара на рынке» и «недемократический» способ ведения бизнеса первичными дилерами. «Откровенно говоря, – заявил эксперт “Сотбис”, – думаю, что эти листы ожидания – просто непотребство. Аукцион же избавляет от этих иерархических списков, потому что вы можете перейти прямо к началу очереди, просто подняв руку последним».

В 18:50 я поднимаюсь по лестнице в аукционный зал и присоединяюсь к представителям прессы, которых загнали в тесный уголок, отгороженный красным шнуром. Такое пространственное разграничение показывает, что пресса должна знать свое место. На распродаже работ старых мастеров в «Сотбис» нам выдали унигизительно огромные белые наклейки с надписью «ПРЕССА». В табели о рангах этого мира

денег и власти репортеры явно находятся на самых нижних строчках. Как сказал один коллекционер о каком-то журнале: «Ему явно не очень много платят. На самом деле у него нет доступа к важным людям, поэтому он полагается на обрывки информации и потом из них собирает свои статьи. Не очень-то весело торчать за обеденным столом, когда тебя там не ждали».

Однако один журналист, пишущий для «Нью-Йорк Таймс», – исключение из общего правила. Кэрол Вогель отведено место перед красным кордоном, что позволяет ей вставать и расхаживать перед загоном для прессы в сапогах на высоких каблуках и с волосами, уложенными в скучное каре. Она – надменное воплощение могущества своей газеты. Я вижу, как госпожа Вогель разговаривает с некоторыми ведущими дилерами и коллекционерами. Она имеет к ним доступ потому, что они хотят повлиять на ее репортажи, даже если их советы и озарения стоят немногим больше, чем щедрые порции скрытой рекламы.

В центре этой толкающейся толпы писак находится Джош Баер. Он не журналист, но уже более десяти лет выпускает электронный информационный бюллетень *The Baer Faxt*, в котором среди прочего сообщается о том, кто покупает и демпингует ставки на аукционах. Баер немного похож на Ричарда Гира – крутой ньюйоркец с густыми серебристыми волосами и очками в черной оправе. Его мать – известный художник-минималист, а сам Джош десять лет руководит га-

лереей, так что хорошо знает эту среду.

— Мой бюллетень поддерживает иллюзию прозрачности, — признает он. — У людей слишком много информации, но мало знаний. У них есть видимость знания. Они смотрят на картину, видят ее цену и думают, что единственная ее ценность — аукционная стоимость.

Мир искусства в целом и арт-рынок в частности непрозрачны, однако если вы являетесь частью этого конфиденциального внутреннего круга, секретов становится меньше. Баер объясняет это так:

— Люди любят говорить о себе и показывать, что они что-то знают. Я борюсь с этим желанием прямо сейчас. Я должен подавлять эту импульсивную попытку произвести впечатление, что я — очень важная персона.

Большинство присутствующих здесь репортеров интересуется конкретная информация. Они делают пометки о ценах и пытаются выяснить, кто какие делает ставки и что покупает. Они не занимаются критикой, не пишут об искусстве, а торгуют валютой в виде знания о том, кто чем занимается. Один журналист записывает аукционные номера людей на входе, чтобы позже, когда они будут торговаться, он мог знать, кто купил ту или иную работу, когда аукционист громко объявит номер победителя, другие стараются засечь, кто где сидит. Репортеры ворчат по поводу тесноты и неудобного обзора. Они смеются над напыщенным коллекционером, которому досталось «плохое место», и подтрунивают над тем, как луч-

ше всего описать человека, который с трудом пробирается к своему креслу.

– Самобытный, – говорит сдержанный британский корреспондент.

– Деревенщина, – говорит Баер.

– Клоун, – раздается выразительный голос из глубины репортерской стаи.

Часть удовольствия от аукционов – это возможность быть замеченным.

Торговый зал вмещает тысячу человек, но выглядит довольно маленьким. Место, на котором сидит участник торгов, – знак статуса и предмет гордости. Прямо посреди зала вижу Джека и Джульетту Голд (это не настоящие их имена), пару заядлых коллекционеров, женатых и бездетных, лет сорока с небольшим. Они летают в Нью-Йорк каждые май и ноябрь, останавливаются в любимом номере в «Фо сизонс» и ужинают с друзьями в «Сетте Меццо» и «Бальтазаре».

– Действительно, – признает позже Джульетта, – есть стоячие места, ужасные сидячие места, хорошие сидячие места, очень хорошие сидячие места и сидячие места у прохода – самые лучшие. Крупные коллекционеры, которые покупают, сидят впереди, чуть правее. Серьезные коллекционеры, которые не покупают, собираются сзади. И, конечно, продав-

цы, которые прячутся в частных вип-ложах. Это целая церемония. За редким исключением, все сидят точно на том же месте, что и в прошлом сезоне.

Другой коллекционер сказал мне, что вечерние торги похожи на «поход в синагогу по большим праздникам: все друг друга знают, но видятся только трижды в год, поэтому болтают, наверстывая упущенное». Ходит множество смешных историй о коллекционерах, имена которых не называют, которые настолько погрузились в сплетни, что забыли сделать ставку.

Часть удовольствия от аукционов – это возможность быть замеченным. Джульетта одета в платье от Миссони, из украшений только огромное старинное кольцо с бриллиантом от Картье. («Носить Prada опасно, – предупреждает она. – Вы можете оказаться в том же наряде, что и трое сотрудников “Кристис”».) Джек щеголяет в скромном костюме от Зенья в тонкую полоску и кобальтово-синем галстуке от «Гермеса». Иногда Джек и Джульетта покупают, иногда продают, но в основном приходят потому, что им нравятся распродажи. Джульетта – романтик, ее родители-европейцы коллекционировали произведения искусства, а Джек – прагматик, акции и недвижимость определяют его точку зрения. Джульетта сказала мне:

– Аукцион – словно опера на неизвестном вам языке, который нужно расшифровать.

Джек, кажется, согласен, но в конечном счете говорит со-

всем о другом:

– Да, даже если у вас нет непосредственного интереса к продаже, вы эмоционально вовлечены, потому что обладаете похожими работами десяти художников. Аукцион – это мгновенное оценивание.

Текущий аукцион – больше, чем серия из шестидесяти четырех прямых деловых сделок. Скорее это калейдоскоп противоречивых оценок и финансовых программ. Я спросила эту пару, почему, по их мнению, коллекционирование в последние годы стало таким популярным, и Джульетта ответила, что всё больше людей начинают понимать, что искусство может стать источником обогащения. Джек, напротив, считает, что искусство стало общепринятым способом «диверсификации вашего инвестиционного портфеля».

– Пусть это и оскорбляет чувства старых «чистых коллекционеров», – говорит он, – но новые коллекционеры, которые делают деньги в хедж-фондах¹², очень хорошо осведомлены об альтернативах вложения своих денег. Наличные теперь приносят так мало прибыли, что инвестировать в искусство не кажется такой уж глупой идеей. Вот почему рынок искусства стал так силен – осталось очень мало хороших вариантов. Если бы на фондовом рынке два или три квартала подряд наблюдался большой рост, то, как ни странно, на

¹² Хедж-фонд (англ. *hedge* – гарантия) – инвестиционный фонд, пул активов инвесторов, который управляется профессионалами в интересах этих самых инвесторов (примеч. ред.).

рынке искусства возникли бы серьезные проблемы.

Крупные катастрофы могут не иметь особых последствий, но обычные сплетни способны нарушить ход работы.

Мир искусства настолько мал и столь изолирован, что на него не сильно влияют политические проблемы.

– На торгах после одиннадцатого сентября, – объясняет Джульетта, – совершенно не ощущалось реальности внешнего мира. Вообще ничего. Помню, как в ноябре я сидела на распродаже и сказала Джеку: «Мы выйдем из этого зала, а башни-близнецы будут всё так же стоять, и всё будет хорошо в этом мире».

Крупные катастрофы могут не иметь особых последствий, но обычные сплетни способны нарушить ход работы. Джек рассказал мне историю о друзьях, которые продали коллекцию своей бабушки.

– У них была прекрасная картина Агнес Мартин, но почему-то распространился слух, что если смотреть на нее сверху вниз, при определенном освещении и прищурившись, то можно заметить, что она повреждена. Весь мир искусства вдруг принял это за святую истину, что, вероятно, и сбилось цену на полмиллиона долларов – просто потому, что какой-то идиот запустил сплетню. И наоборот, если начина-

ют поговаривать, что художник собирается перейти к Ларри, каждый хочет купить его работы до того, как цены сойдут с ума.

Он имеет в виду Ларри Гагосяна, одного из влиятельнейших арт-дилеров в мире, владельца галерей в Нью-Йорке, Лос-Анджелесе, Лондоне и Риме, который, начиная раскручивать художника, неизменно наполовину повышает цены на его работы.

Большинство признаются, что наслаждаются интригой. Однако конкурентная изнанка переговоров для некоторых невыносима. Лондонский дилер, который хотел бы избежать аукционов, объяснил: «Между нами говоря, все полны дерьма. Все гоняются друг за другом. Разговоры полны двусмысленных и грязных историй о мире искусства. Это живая картина претенциозной жадности. Тыходишь, и все демонстрируют, как счастливы видеть тебя, интересуются, как дела, но при этом хотят только поиметь».

В 19:01, пока несколько опоздавших сражаются за свои места, Кристофер Бёрг стучит молотком.

– Добрый вечер, дамы и господа. Добро пожаловать в «Кристис», на сегодняшнюю вечернюю распродажу послевоенного и современного искусства.

Он зачитывает правила и условия продажи, сообщает о комиссионных сборах и налогах, выкрикивает «Лот один!» и начинает торги.

– Сорок четыре тысячи, сорок восемь тысяч, пятьдесят

тысяч, пятьдесят пять тысяч.

Кристофер выглядит более расслабленным, чем когда зал был пуст. Слева от него – большое черно-белое табло, конвертер валют, на котором указываются суммы в долларах США, евро, фунтах стерлингов, японских иенах, швейцарских франках и гонконгских долларах. Справа на экране представлен цветной слайд, чтобы зрители могли точно понимать, за какую работу идут торги. По обе стороны от Бёрга, в двух деревянных загородках, словно ложи присяжных, рядами стоят сотрудники «Кристис». Многие разговаривают по телефону с теми, кто делает ставки или собирается вскоре их сделать: некоторых покупателей просто нет в городе, а другие хотят остаться анонимными. Такие, как Чарльз Саатчи, рекламный магнат, ставший арт-дилером вторичного рынка, никогда не приходят на торги. Будучи очень чувствительным к публичности, он делает ставки либо по телефону, либо посылает кого-то, кто сделает за него ставку в зале. Если Саатчи выигрывает аукцион, особенно за отличную цену, он может впоследствии раструбить об этом, а если проигрывает, то не выставит себя глупее остальных и не потеряет лицо.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.