

Дон Томпсон



ПОМАРАНЧЕВИЙ НАДУВНИЙ ПЕС

БУМИ, ПОТРЯСІННЯ ТА ЖАДОБА НА СУЧАСНОМУ АРТ-РИНКУ

АРТ,
ПЛАТИ,
КОХАЙ

КОЛИСЬ АРТ-СВІТ
БУВ СПІЛЬНОТОЮ,
АЛЕ НИНІ ЦЕ —
ІНДУСТРІЯ.

Джефрі Дейч, арт-дилер

ВИЩА ШКОЛА
З ГРОШИМА

ЗАХОПЛЮВАТИСЯ
МИСТЕЦТВОМ — ЛЮДСЬКЕ.
КУПУВАТИ ЙОГО —
БОЖЕСТВЕННЕ.

Реклама аукціонного дому «Крістіз»
на цілу сторінку в розділі «Стиль» в недільному випуску
«Нью-Йорк Таймз», а також розділі «Мистецтво»
у лондонській «Файненшл Таймз» 24 травня 2015 року

Нині попит і ціни на арт-ринку елітного рівня визначають супербагаті, фонди національного добробуту, агенти та неоподатковані транзакції. Уявлення, що найважливішим мірилом сучасного мистецтва є ціна, яку за нього платять, тепер уже загальноприйняте.

Дві мої попередні книжки про арт-ринок — «Опудало акули за 12 мільйонів доларів» (2009) та «Супермодель і коробка “Брілло”» (2014) — виходили з передумови, що ринок сучасного мистецтва складається з поінформованих покупців і продавців, які взаємодіють між собою, щоб установити розумну ціну на мистецький твір. На перших етапах написання цієї книжки таке моє уявлення похитнулося.

Першим викликом став листопад 2014 року. Тоді на вечірньому та денному аукціонах мистецтва «Крістіз», «Сотбіз» і «Філліпс» у Нью-Йорку за чотири дні було зібрано 1,66 мільярда доларів. Лише на «Крістіз» було зафіксовано рекордну цифру в 853 мільйони доларів. Загальна сума становила шість мільйонів доларів від продажу за кожну хвилину аукціону. Спостерігаючи за аукціонним циклом, спеціалісти зауважили, що за рік або два вечірній аукціон напевно збиратиме вже мільярд доларів.

Дві шовкографії з чорнильним малюнком Енді Воргола — «Потрійний Елвіс» (1963) та «Чотири Марлони» (1966) — на «Крістіз» продавали як лоти № 9 і 10. Передаукційна ціна обох склала 60 мільйонів доларів. «Елвіс» — зображення співака Елвіса Преслі в образі озброєного ковбоя, рекламне фото кіностудії «Двадцять століття Фокс» до фільму «Палаюча зірка». В аукціоні брало участь троє покупців, і твір приніс 81,9 мільйона доларів. «Марлон» — шовкографія, фото до фільму «Дикун» студії «Коламбія Пікчерз». На ньому зображено актора Марлона Брандо в шкіряному піджаку та кепі. Ця робота принесла 69,6 мільйонів доларів. Обидві картини на аукціон виставило німецьке державне казино «Вест-Шпіль», де вони чимало років провисіли непідписаними у кімнаті для відпочинку членів казино. Отримані кошти вирішили інвестувати у взаємний фонд акцій, щоб потім федеративна земля Північний Рейн-Вестфалія, зі свого боку, профінансувала побудову нового казино в Кельні.

Ніколи до кінця не відомо, чи оплески після продажу певного лоту на аукціоні є визнанням зусиль аукціонерів, рішучості покупця або ж це подяка за можливість бути свідком встановленого рекорду. Продаж «Елвіса» викликав тривалі оплески. «Марлон», натомість, не викликав жодних. Може, тому, що картина йшла другою і не сягнула цінової позначки «Елвіса».

Вдруге мої уявлення про раціональність арт-ринку було підважено два тижні потому, коли я тинявся ярмарком «Арт-Базель Маямі». Тоді в мене трапилася десятихвилинна суперечка з подружжям із Нью-Йорка про чесноти виставленого там невеликого портрета Воргола, якого пропонували за 17,5 мільйонів доларів. Під впливом миттєвого пориву вони вирішили його придбати: «Чудові кольори, — захоплено вигукнула жінка, — а зараз до того ж Різдво. Давай купимо його».

Це був період криз у позамистецькому світі. В Західній Африці саме розгулялася епідемія Еболи. Спостерігаючи за тим, як ця пара пішла домовлятися про купівлю Воргола просто тому, що вони могли собі це дозволити, я все не міг прогнати думку, що ці їхні 17,5 мільйонів могли би відчутно зменшити поширення епідемії, якби вони пожертвували кошти на медичний персонал та матеріальне забезпечення. А ще про те, що 151,5 мільйона доларів, які мережа казино «Вест-Шпіль» отримала за шовкографії Воргола, могли би зарадити епідемії ще відчутніше.

Реальність, про яку свідчать подальші приклади, полягає в тому, що ціни на сучасне мистецтво елітного рівня не мають найменшого зв'язку з будь-якими уявленнями про теперішню чи майбутню вартість. Деякі продавці тішать своє самолюбство, деякі покупці виставляють нові іграшки й бавляться в дорослу версію гри «а в мене більше». Дехто ж ховає свої колекції в іноземних вільних портах зі сподіванням, що колись їхню ціну приймуть. «Нью-Йорк Таймз» публікує історії на півсторінки, в яких про ціни на твори сучасного мистецтва пишуть так, як часом у газетах повідомляють про перше публічне розміщення акцій на новий мобільний додаток для обміну фотками.

Покупці (зазвичай чоловіки й переважно з бізнес-середовища) стають живими прикладами нерівності доходів, про що йшлося у книжці Тома Пікетті «Капітал у XXI столітті», опублікованій 2013 року¹.

Пікетті стверджує, що заможні (особливо ж 2200 мільярдерів світу) ставатимуть ще багатшими внаслідок вільного ринкового капіталізму. На його думку, це зумовлено тим, що доходи від інвестованого капіталу є більшими за зростання прибутків або темпів економічного зростання. Існує ще одна причина, про яку Пікетті не згадує. Бізнес у сфері цифрових технологій має нерідко динаміку типу «переможцеві дістається майже все», що, своєю чергою, породжує відчутний розрив між успішними і майже успішними. Згадайте приклади «Фейсбука» та «Убера». Цифрова епоха породжує більшу нерівність багатств.

Звісно, є заможніші особи, готові робити на аукціонах ставки по 100 мільйонів доларів і вище. За підрахунками Пікетті, станом на 2045 рік найзаможніша 0,1% населення володітиме половиною багатства планети. Ба більше, вони можуть володіти такою ж часткою видатних мистецьких творів, які перебуватимуть у приватній власності. А тим часом велика частина прекрасних творів мистецтва продається на арт-ярмарках, куди VIP-клієнти, котрі мають гроші на купівлю мистецьких робіт, отримують безкоштовний вхід. Натомість ті, хто не має достатньо коштів на закупівлю мистецтва, змушені сплачувати за вхідний квиток немалі гроші.

У листопаді 2014 року власник гедж-фонду Стівен Коен був єдиним на аукціоні «Сотбіз» у Нью-Йорку, хто зробив ставку (і купив за 101 мільйон доларів) на скульптуру Альберто Джакометті «Колісниця» (1950). Це скульптура з бронзи, висотою в 1,45 метра,

зображає тонку, як тростинка, постать богині на колісниці з великими колесами (див. фотододаток). «Сотбіз» оцінили «Колісницю» в 115 мільйонів доларів. Це була друга найдорожча скульптура, будь-коли продана на аукціоні, але преса писала про таку ціну радше як про провал для аукціонного дому, аніж про помилкову оцінку вартості.

У листопаді 2015 року мешканець Шанхаю Лю Іцянй витратив 170 мільйонів доларів на аукціоні «Сотбіз» у Нью-Йорку на «Оголену, що лежить» (1917–1918) — дивовижну картину Модільяні в червоних тонах, де зображено вигнуту оголену жіночу постать, яка лежить (див. фотододаток). У лютому 2016 року власник чиказького гедж-фонду Кен Гріффін заплатив Фондові Девіда Геффена 500 мільйонів доларів за дві картини в стилі абстрактного імпресіонізму: це були «Обмін» Віллема де Кунінга (1955) та «Номер 17а» (1948) Джексона Поллока.

Чи доводилося вам чути про Адріана Гені? Це перспективний румунський художник, якому не виповнилося й сорока, коли його роботу 2008 року «Нікельдеон» (див. фотододаток) виставили на аукціоні «Крістіз» у жовтні 2016 року, оцінивши її в діапазоні від одного до півтора мільйона фунтів стерлінгів (1,2–1,9 мільйона доларів). Назва картини відсилає до маленьких копійчаних кінотеатрів. Сама ж картина велика: 2,36 на 4,14 метри. Її продали за 7,2 мільйона фунтів (дев'ять мільйонів доларів), що вчетверо перевищує її максимальну оцінку. Стефан Симчовіц, дилер із Лос-Анджелесу, екстравагантно назвав Гені митцем, «що претендує стати другим [Френсісом] Беконном»². На «Нікельдеон» було семеро претендентів; у фіналі зійшлися двоє достатньо заможних, які не хотіли поступатися в цьому змаганні. Той, кому врешті дістався лот, виявився європейським колекціонером, який брав участь у торгах по телефону.

Один відсоток населення, котрий витрачає немислимі суми на твори таких митців, як Джакометті чи Воргол, не є проблемою, принаймні для життя арт-ринку в довготривалій перспективі. Серйозніша проблема — ціни, які платять за митців середнього рівня. А ще більшу тривогу викликають суми, що їх готові платити за митців-початківців. Що можна сказати про виторг у кілька мільйонів доларів під час єдиного осіннього аукціону 2014 року, коли на торги виставляли митців, які ще не мали жодної персональної виставки в провідних арт-дилерів? Митцям стає дедалі важче здобути

визнання, доки їхні роботи не почнуть продавати дорого. Це мистецтво більшого.

Деяких новоспечених арт-зірок винагороджують майже як зірок футболу. Пригадайте Оскара Мурільйо — молодого й ще не надто відомого митця, котрий часом малює картини мітлою. Одну з його робіт, «Без назви», із серії «Малюнки зі стіни» (2011), було продано в рік її створення за сім тисяч доларів. А вже 2014 року на нью-йоркському аукціоні «Філіпс» її перепродали за 401 тисячу доларів. Іншими словами, прибуток склав близько 5600 %.

Одному колекціонеру, що стояв у черзі на картину Мурільйо, повідомили дату доставки роботи, якої він іще не бачив; клієнт погодився заплатити умовлену ціну й відразу ж перепродав права на картину за 75 % від оголошеного прибутку: в угоді про продаж було лише вказано художника, матеріал, розмір і приблизну дату доставки. За ще однією версією цієї історії, був також і другий покупець, який теж відразу перепродав картину, отримавши такий же прибуток.

2016 року верхній ціновий сегмент в арт-дилерському світі впевнено розростається. У Ларрі Гаґосяна — 14 галерей у восьми країнах. «Девід Цвірнер», «Пейс» і «Мерієн Гудмен» відкрили галереї в Лондоні. Лондонська галерея «Ліссон» відкрилася в Нью-Йорку. Кожне з названих місць належить до найдорожчої нерухомості в світі. Загальні обсяги продажів, очікуваних тільки в цих локаціях, описували як немислимі. Відсоток торгової площі, займаної галереями в центрах Нью-Йорка, Лондона та Парижа, є найвищим за всю історію.

Статус арт-дилера елітного рівня або ж митця, який співпрацює з таким дилером, стає своєрідною перепусткою в привілейований світ. «Убер»-дилери подорожують на приватних літаках і відпочивають на яхтах. Про головні мистецькі аукціони та виставки пишуть у розділі «Бізнес» газети «Нью-Йорк Таймс». Однією з ознак ринку сучасного мистецтва після фінансового краху 2008 року стає погоня за іконічними творами, полювання за трофеями найвищого рівня. Кожен успішний аукціонний сезон та велика виставка засвідчують щоразу більший ціновий розрив між знаковими творами та рештою робіт. Використання поняття «іконічний» у розмовах про сучасне мистецтво — саме по собі цікаве. Початково це слово відсилало до релігійних артефактів. Нині ж його легко застосовують до шовкографій Воргола, графіті Жана-Мішеля Баскії або ж «словесних» картини Крістофера Вула.

Купуйте повну версію книги
Дона Томпсона
«Помаранчевий надувний пес.
Буми, потрясіння та жадова на сучасному арт-ринку»
на сайті

www.arthuss.com.ua