

## Художественный рынок: почему произведения искусства стоят так дорого?

Глобальная экономика находится в состоянии спада, но мировая элита коллекционеров покупает произведения искусства по рекордным ценам. В декабре 2011 г., на художественной ярмарке современного искусства «Арт Базель Майами Бич», груда старых стульев (времен династии Тан) китайского художника Ай Вэй Вэй (Ai Weiwei) была продана за 575 тыс. долларов. Стекланный шкаф с хирургическими инструментами Дэмьена Херста (имя также транскрибировалось как Дамиен Хирст – Damien Hirst) – за 2,5 млн долларов.



Ил. 1. Ай Вэй Вэй. Груда стульев

Симон де Пюри (Simon de Pury), глава и один из основателей аукционного дома «Филлипс де Пюри» (Phillips de Pury), насчитал целую дюжину возможных «объяснений». Например, картина большого размера всегда стоит больше, чем маленькая. Покупатель платит особую «премию» за картину, которой прежде владел кто-то из известных людей. Картина, которая демонстрировалась в музее, также стоит очень много. Однако такие «объяснения» говорят только о том, по какой причине одно произведение может продаваться дороже, чем другое. И ничего не проясняют в ситуации, почему так много покупателей в Майами тратят больше денег на картину, чем все остальные – на хороший дом.

Среди безжизненной экономики художественный рынок процветает. По данным сайта Artprice.com, в первой половине 2012 года совокупные продажи произведений искусства (в миро-



Ил. 2. Дэмьен Херст. Стекланный шкаф для хранения хирургических инструментов

вом масштабе) поставили рекорд, составив 5,8 млрд долл., поднявшись на 34% по сравнению с 2010 годом. Причем 663 работы преодолели ценовую планку в миллион евро. Таким образом, можно констатировать, что цены на произведения искусства имеют мало общего с классической экономической наукой. Доллары, потраченные в Майами, живут по своим собственным правилам.

Итак, почему искусство стоит так дорого?

### ***Фактор престижа***

В наше время, когда 1% населения имеет деньги на то, чтобы «прожигать жизнь», покупка произведений искусства редко является попыткой заработать. Эксперты по художественному рынку полагают, что инвестиции в искусство можно делать примерно так же, как и в фонды, т. е. – с большим риском. С той лишь разницей, что на произведения искусства смотреть приятнее.

Люди, которые тратят рекордные суммы на искусство, покупают гораздо больше, чем удовольствие от созерцания картин (в конце концов, его можно получить в любом музее за 20 долл.). Они приобретают право на хвастовство. «Вау, ты купил Пикассо за 100 млн долларов?!» Эти люди без стыда объявляют стоимость своих «игрушек», потому что в их мире то, что именно покупается, значит меньше, чем количество денег, которое на это потрачено. Неутилитарность искусства делает любые траты на него особенно «крутыми»: в покупке яхты есть нечто от покупки шляпки и поэтому сохраняет некий налёт практичности. Но покупка картины Пикассо не похожа ни на какие другие траты. Это показатель возможностей. На художественном рынке коллекционеры соревнуются друг с другом за этот эффект «супер-статуса». И цены покоряют одну вершину за другой.

«Если я не могу что-либо продать, я просто удваиваю цену», – заявил как-то великий дилер и коллекционер, организатор выставки «Арт Базель» Эрнст Бейелер (Ernst Beyeler). Некоторые люди действительно предпочитают платить больше, чем позволяет здравый смысл. Кроме того, люди обычно тратят крупные суммы денег не так, как тратят ежедневные деньги, а с особым уважением, даже возбуждением. Они как будто получают ценный подарок.

Один коллекционер, свято верящий, что искусство следует покупать ради самого искусства, тем не менее, отметил у себя «сильный жар преуспевания», когда стоимость его коллекции стремительно возросла.

### *Доллары легче поддаются оценке, чем красота*

Большинство коллекционеров тратят свои лишние миллионы на художественном рынке, потому что искренне верят в эстетическую ценность покупаемых произведений искусства. Один из крупнейших дилеров Нью-Йорка заметил, что коллекционеры «постоянно должны объяснять себе, почему они тратят так много денег на искусство, иногда до 40% чистого дохода. Поэтому они целый день хотят слышать о том, что их действия имеют смысл». И самый легкий путь оценить эстетический «смысл» купленного искусства – подсчитать сумму, за которую эта вещь продается. Так что если кто-то хочет купить великое искусство, то его легко можно опознать... по ценнику.

В 2006 г. владелец косметической империи Рональд Лаудер (Ronald Lauder) заплатил за портрет кисти Густава Климта (Gustav Klimt) рекордную сумму в 135 млн долларов. Толпы людей, стоящие в очереди, чтобы посмотреть на эту картину, были там, по-видимому, потому, что им не терпелось увидеть самую дорогую картину в мире. Возможно, они даже решили, что эта картина – одна из самых великих.



*Ил. 3. Густав Климт. Портрет Адели Блох-Бауэр*

К сожалению, специалисты не считают, что Климт важен для истории искусства. Как говорят по этому поводу дилеры, «всё, что нужно для рынка – это два человека, готовых купить одну картину». Они сомневаются, что в течение следующих 50 лет найдутся ещё два фаната Климта, готовых ставить ценовые рекорды в борьбе за его искусство.

### *Нервная дрожь...как на охоте*

Коллекционеры покупают на художественном рынке ... удовольствие от шопинга, – полагают многие эксперты. Как отмечает, например, Симон де Пюри (Simon de Pury), «коллекционер подобен больному человеку... Эти люди любят покупать, они

любят покупать искусство. Этот процесс является глубоко укоренившимся побуждением. Сама идея охоты и собирательства – она ведь не нова. Нет веселья в охоте, где не удается ничего поймать». Именно поэтому рынок старых мастеров «остыл». А вот некоторые более поздние художники, например, Уорхол и Пикассо, создали так много произведений, в таких разнообразных стилях, что у коллекционеров до сих пор сохраняется нервная дрожь. Можно ведь стать единственным коллекционером «голубого» периода у Пикассо, или «розового», или кубизма, или сюрреализма. Мечтать об увеличении своей коллекции. Если дилерам удастся собрать 10 покупателей, любящих тот же самый вид «забавы», можно получить гарантированную инфляцию.

### *Новые деньги*

Олигархи стран БРИК встраиваются в западный мейнстрим, раскошеливаясь на покупку произведений искусства. Для этих новых покупателей «деньги – не вопрос». Если раньше западные коллекционеры покупали живопись, например, современного художника Герхарда Рихтера (Gerhard Richter) за шести- или семизначную сумму, то теперь, с огромным количеством денег, особенно русских, хлынувших на этот рынок, надо выложить в десять раз большую сумму.

### *Высокая цена покровительства*

Крупнейшие коллекционеры искусства – это не обычные покупатели. Если они действуют правильно, то могут приобрести статус «покровителя искусств». Никто не будет уважать миллионера за покупку целого парка автомобилей «Бентли», но, владея собранием скульптур Ричарда Серра (Richard Serra), он становится меценатом. Превращение «грязных» барышей от коммерции в «культурные деньги» – это единственный способ «отмыть» их, – полагают социологи. Коллекционеры говорят о своих приобретениях как о разновидности подарка художникам, или даже как о жертвоприношении ради высоких целей искусства. В свете вышесказанного продажа недавно купленного произведения искусства рассматривается как что-то близкое к табу.

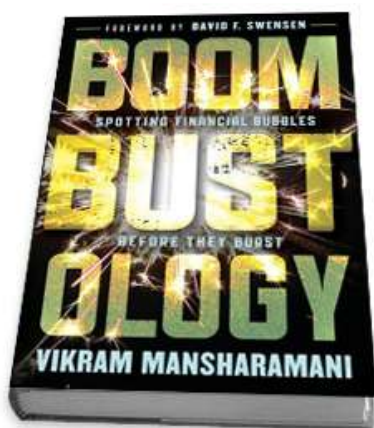
Богатые коллекционеры имеют все возможные стимулы (в том числе налоговые), чтобы «передать» как можно больше «лишних» денег на культуру. Траты на огромные яхты в определенной среде считаются «презренным занятием».

\* \* \*

Профессор Нью-Йоркского университета Майкл Мозес (Michael Moses) потратил годы для создания указателя цен на «топовые» произведения искусства, которые неоднократно продавались. Ученый сделал вывод: на протяжении длительного периода времени, в среднем, даже известные произведения искусства приносят меньший доход,

чем обыкновенные акции (даже с учетом того, что некоторые картины сильно подорожали за последние год или два).

Высокие цены на художественном рынке в настоящее время являются, с точки зрения профессора Мозеса, знаком «перегрева» и «трофейного приобретательства» со стороны людей, имеющих возможность тратить кучу денег ради собственной прихоти. С ним солидарен Викрам Маншарамани (Vikram Mansharamani), читающий в Йельском университете семинар по «мыльным пузырям» в экономике. Недавно он написал книгу под названием «Бумбастология» (“Boombustology”, от английского “boom” – бум, резкий подъем деловой активности и “bust” – банкротство, разорение).



*Ил. 4. Обложка книги  
«Бумбастология»  
В. Маншарамани*

Ученый считает, что высокие цены не являются показателем здорового рынка. Когда людей не отпугивают, а привлекают высокие цены, – это говорит о нарастающем «пузыре». Маншарамани упоминает еще об одном общем маркере «пузыря», готового «лопнуть»: наличие новых людей, ввязывающихся в «игру». Все инсайдеры уже купили и больше покупать не хотят, поэтому художественный рынок может рассчитывать только на иностранцев или дилетантов. Ситуация напоминает «тюльпаноманию» в Голландии XVII века –

классический образец рыночной глупости. Сегодня на художественный рынок деньги «льются» из стран, которые никогда раньше не «выставляли» на поле «игры» покупателей.

Йельского ученого особенно возмущают заявления людей, утверждающих, что фундаментальная рыночная структура изменилась, что неконтролируемый рост может продолжаться «безнаказанно», т. е. без падения в кризис. Так, в июне 2008 г. аукционист Тобиаш Мейер (Tobias Meyer) заявил: «Впервые с 1914 г. мы находимся в нециклическом рынке». Менее, чем год спустя, ему пришлось быть свидетелем огромного падения цен на мировом художественном рынке. В фильме британского документалиста Бена Льюиса (Ben Lewis) “The Great Contemporary Art Bubble” последний цикл взлета и падения цен был хорошо проанализирован. Льюис не смог только предвидеть быстрого восстановления цен на художественном рынке после кризиса 2008 года. Печатный станок был включен очень быстро.

Может быть, рынок искусства действительно живет по своим собственным рыночным законам? Дилеры, хоть и полны сомнений, всё же надеются на лучшее. По об-

щепринятому среди них мнению, «каждый раз, когда люди думают о конце света, рынок искусства разрушает предсказания». После террористической атаки 9 сентября 2011 г. все думали: кто после случившегося пойдет покупать искусство? А оказалось, что клиенты ещё больше полны желания обставлять свои дома ценными предметами.

Дилеры ссылаются на пять млн. посетителей в галерее «Тейт Модерн» (Tate Modern) в 2012 г., – в качестве доказательства того, что клиентская база у них может расти. «Существует довольно много людей, которые говорят на языке современного искусства и, по определению, – множество людей, кто хотел бы стать коллекционером», – считает, в частности, Эндрю Рентон (Andrew Renton), – директор недавно открытого отдела современного искусства в лондонской Галерее Мальборо. Как и многие коллеги, он полагает, что неустойчивость экономики в целом придает современному искусству характер «самой волнующей инвестиции, которую можно сейчас сделать».

И все же, недавнее исследование, проведенное среди миллионеров банком Барклейз (Barclay's) показало, что они держат только 10% своих активов в «ценных предметах» – преимущественно в драгоценностях. И только один из двадцати миллионеров покупает произведения искусства в качестве объекта инвестирования. Странно, не правда ли? Ведь искусство рассматривается как особо привлекательное для инвестирования с тех пор, как выставляется на особый рынок, построенный на «реальных» историко-художественных ценностях, рынок, который не является сферой действия экономических законов, которые «портят жизнь» людям по всему миру...



*Ил. 5. На выставке-ярмарке современного искусства «Арт Базель» в Майами*

Согласно исследованию, супербогатые люди, покупающие сейчас произведения искусства, не будут суетиться, пытаясь их продать в том случае, если рынок начнет «падать». Если уж миллионеры и миллиардеры владеют ценными предметами, то будут

их продавать только с большой прибылью (социологи называют это «эффект вклада»). Именно потому, что стоимость коллекции падает, богачи не будут снимать картины со стен своих особняков. Такая психологическая установка «работает» против потенциального банкротства крупнейших игроков художественного рынка.

Конечно, это не значит, что «плохое» искусство, в огромном количестве продающееся на художественной выставке-ярмарке в Майами, не может упасть в цене. Ведь большинство работ не достойны того, чтобы и через 50 лет их выставили на аукцион. Так что некоторые «пузыри», возможно, и не «лопнут», а просто «сдуются» с тихим свистом.

### Список литературы:

1. *Blake Gopnik. The Art World's Spending Spree // Newsweek. – 2012. – 17 dec. – Vol. 160. – Issue 25. – P. 42.*
2. *Blake Gopnik. Why Does Art Cost So Effing Much? // Newsweek. – 2011. – 12 dec. – Vol. 158. – Issue 24. – P. 54.*

### Сведения об использованных иллюстрациях:

Ил. 1. Ай Вэй Вэй. Груда стульев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.phaidon.com/resource/cvr-absent-3.jpg> (дата обращения: 23.03.2013).

Ил. 2. Дэмьен Херст. Стекланный шкаф для хранения хирургических инструментов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://www.damienhirst.com/images/hirstimage/DHS6008straight\\_771\\_0.jpg](http://www.damienhirst.com/images/hirstimage/DHS6008straight_771_0.jpg) (дата обращения: 23.03.2013).

Ил. 3. Густав Климт. Портрет Адели Блох-Бауэр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://arteconomist.com/wp-content/plugins/rss-poster/cache/8036f\\_120503054444-expensive-paintings-klimt-horizontal-gallery.jpg](http://arteconomist.com/wp-content/plugins/rss-poster/cache/8036f_120503054444-expensive-paintings-klimt-horizontal-gallery.jpg) (дата обращения: 23.03.2013).

Ил. 4. Обложка книги «Бумбастология» В. Маншарамани [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.marketoracle.co.uk/Article27645.html> (дата обращения: 23.03.2013).

Ил. 5. На выставке-ярмарке современного искусства «Арт Базель» в Майами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://soa.utexas.edu/files/courses/2012s/ArtBaselMiami.png> (дата обращения: 23.03.2013).

Источник: *Культура в современном мире. — 2013. — № 4. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>*