

Анна Арутюнова

# АРТ-РЫНОК в XXI веке

*Пространство  
художественного  
эксперимента*



СЕРИЯ

ИССЛЕДОВАНИЯ

КУЛЬТУРЫ

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

**Анна Арутюнова**  
**Арт-рынок в XXI**  
**веке. Пространство**  
**художественного эксперимента**

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=10016699](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=10016699)*

*Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента:*

*Высшая школа экономики; Москва; 2015*

*ISBN 978-5-7598-1287-6*

**Аннотация**

Рынок искусства – одна из тех сфер художественной жизни, которые вызывают больше всего споров как у людей, непосредственно в нее вовлеченных, так и у тех, кто наблюдает за происходящим со стороны. Эта книга рассказывает об изменениях, произошедших с западным арт-рынком с начала 2000-х годов, о его устройстве и противоречиях, основных теоретических подходах к его анализу. Арт-рынок здесь понимается не столько как механизм купли-продажи произведений искусства, но как пространство, где сталкиваются экономика, философия, искусство, социология. Это феномен, дающий поводы для размышлений о ценности искусства, позволяющий взглянуть на историю взаимоотношений мира искусства и мира денег, разобраться в причинах, по которым

коллекционеры чувствуют необходимость покупать работы художников, а художники – изобретать альтернативные пути взаимодействия с рынком. Книга адресована широкому кругу читателей, интересующихся историей искусства и арт-рынка XX – XXI веков, а также специалистам по культурологии и экономике искусства.

# Содержание

Благодарности	6
Предисловие	10
«Изм» ХХІ века и его последователи	28
Сверхновые богачи	28
Необузданная страсть к искусству	40
Конец ознакомительного фрагмента.	46

**Анна Арутюнова**  
**Арт-рынок в ХХІ веке:**  
**пространство**  
**художественного**  
**эксперимента**

© Арутюнова А., 2015

© Издательский дом Высшей школы экономики, 2015

\* \* \*

# Благодарности

В 2007 г., когда еще студенткой я начала работать московским корреспондентом небольшого американского сайта Artmers.com, где публиковались новости бурно развивающегося в тот момент российского рынка искусства, мне было сложно представить, что полученные благодаря той первой работе впечатления об арт-рынке станут основой последующих многолетних исследований о природе этого неоднозначного явления. Тем более я не могла подумать, что эти исследования, поначалу в основном журналистские и впоследствии все более и более академические, будут собраны воедино и опубликованы в издательстве одного из лучших университетов Москвы. Это стало возможно благодаря помощи главного редактора ИД ВШЭ Валерия Анашвили – важность его доверия и интереса к темам моих исследований в области арт-рынка переоценить так же трудно, как доступное в единственном экземпляре произведение первостепенного мастера. И точно так же, как бесценное произведение искусства имеет вполне конкретную, выраженную в валюте цену, так и поддержка ИД ВШЭ не ограничилась лишь общим интересом. Работа над книгой была бы невозможна и затянулась бы на неопределенный срок, не будь гранта, полученного от издательства.

Проникновение в мир арт-рынка было бы намного бо-

лее трудным без помощи моих прежних и нынешних коллег из изданий – газет и журналов по искусству, в которых печатались мои статьи о ярмарках и репортажи из аукционных залов. Благодаря друзьям, коллегам и редакторам из Openspace.ru, «ART+AUCTION Russia», «Ведомости. Пятница», «Ведомости», «The Artnewspaper Russia», Arterritory.com я смогла встретиться со многими важнейшими российскими и зарубежными художниками, коллекционерами, галеристами, кураторами, директорами ярмарок и специалистами отделов аукционных домов. Всем им я тоже благодарна за готовность делиться своим мнением о механизмах рынка искусства, за профессионализм, за откровенные рассказы о своих историях любви с искусством, за негодование и энтузиазм, которые вызывали в них упоминания отношений искусства на стороне – с деньгами.

Я благодарна Иосифу Бакштейну, сотрудникам и студентам Института проблем современного искусства, в котором на протяжении четырех лет у меня была возможность читать курс о творческих и кураторских практиках в коммерческом контексте. Эти лекции, начавшиеся как введение в систему и устройство арт-рынка, быстро переросли в исследование социальных, философских и исторических аспектов связей мира искусства и мира денег.

Толчком к более глубокому теоретическому осмыслению проблем арт-рынка и экономики искусства в целом стало участие в двух кураторских школах – организованной

Виктором Мизиано при поддержке фонда V-A-C Московской летней школе кураторов в 2012 г. и школе при фонде биеннале в Кванджу, Южная Корея, в 2013 г. (Gwangju Biennale International Curator Course). Прямота, непредвзятость, бескомпромиссное признание необходимости разговора об искусстве и деньгах, выраженные главным преподавателем курса куратором Марией Линд, еще больше убедили меня в необходимости подобной книги.

Я благодарю организаторов и вдохновителей международной исследовательской программы Transnational Dialogues Луиджи Галимберти и Лоренцо Марсили. С их помощью я получила возможность съездить в Бразилию, познакомиться и поговорить с ключевыми игроками местного арт-рынка. Благодаря организаторам программы Critics' Visits (и в особенности Енни Кинге) я смогла познакомиться с художественным коллективом Tidens Krav, участники которого с радостью приняли меня в своей мультифункциональной галерее в Осло.

Это издание было бы невозможно без сотрудников редакции ИД ВШЭ, которым я благодарна за внимательную работу с текстом и подготовку книги к публикации.

Наконец, книга не была бы написана без поддержки родных и близких: Давиде Монтелеоне – всегда готового дискутировать на столь запутанную тему, как рынок искусства, Ольги Абрамовой – внимательного критика моих текстов, Михаила и Георгия Арутюновых – не сомневавшихся в реа-

лизации этого первого книжного опыта.

# Предисловие

Рынок искусства – словосочетание, ставшее настолько привычным для любого, кто хоть чуть-чуть интересуется искусством, что, казалось бы, уже не требует никаких пояснений. Мы все неоднократно слышали про многомиллионные сделки, которые заключаются на этом самом рынке искусства, и рекорды, устанавливаемые произведениями современных и не очень художников на аукционных торгах, как если бы это были олимпийские спортсмены и каждый год они должны пробежать быстрее или прыгнуть выше. Даже мало интересующиеся искусством люди в состоянии объяснить разницу между галереей Тейт в Лондоне, Третьяковской галереей в Москве и, например, галереей Гагосяна с ее филиалами по всему миру – все они называются галереями, но функциональная разница между ними огромна. Хотя словарь нам предлагает одно и то же слово для обозначения этих институций, мы точно знаем, что в одном случае речь идет просто-напросто о музее, некоммерческой, общественной институции, а в другом – как раз о самой что ни на есть коммерческой художественной галерее, организованной с целью не только показывать искусство, но и продавать его. Неясности в определениях преследуют и арт-рынок, а между тем слова, которыми мы обозначаем те или иные его явления, с самого начала определяют наши с ним взаимоотно-

ношения.

Терминология вообще не самая сильная сторона рынка искусства, тем более в русском языке, не привыкшем к необходимости обозначать такое количество коммерческих действий, которые долгое время считались попросту незаконными. Советские годы, да и нормы дореволюционной экономики России не особо способствовали тому, чтобы здесь сформировался разветвленный свободный рынок, не говоря уже о полномасштабном рынке искусства. Однако с тем, что такое рынок в принципе, все более или менее ясно. Словари и энциклопедии экономических терминов предлагают нам самые разные определения. Это «территория, на которой встречаются продавцы и покупатели, чтобы обменяться тем, что представляет ценность». Это «совокупность экономических отношений, проявляющаяся в сфере обмена товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена». Это и «физическое или номинальное место, где действуют силы спроса и предложения, взаимодействуют покупатели и продавцы (прямо или через посредников) с тем, чтобы торговать товарами, услугами, за деньги или на бартерной основе». Небольшие различия в формулировках не меняют сути происходящего – на рынке обменивают деньги на товары, в результате чего формируются особые отношения между продавцами и покупателями.

Вроде бы все то же самое происходит на рынке искусства: здесь тоже обменивают деньги на определенные товары –

произведения искусства, работы художников. Однако специфика этого самого «товара», – и кавычки здесь принципиальны, поскольку использование слова «товар» по отношению к искусству вовсе не однозначно, – превращает рынок искусства в совершенно иную, неподвластную обычным экономическим законам структуру. Поэтому и с определением рынка искусства, или почему-то пользующегося большей популярностью слова «арт-рынок» (в этой книге оно будет появляться исключительно в качестве синонима), дела обстоят сложнее. Несмотря на внимание, прикованное к нему на протяжении последних 15 лет, едва ли существует емкая фраза, которая не копировала бы слово в слово экономические дефиниции, а описывала специфику арт-рынка и была удовлетворительной для всех, от кого зависит его успешное функционирование. А это не только продавцы (галереи и аукционные дома) и покупатели (среди которых отдельные люди, государственные и частные музеи, фонды, банки), это и художники, и дилеры, и эксперты, и кураторы, и арт-критики. Да и само функционирование рынка искусства – это не только продажа и покупка работ, но и целая индустрия, выстроенная для того, чтобы художники повстречались с коллекционерами, а их произведения заняли место в подходящих собраниях.

«Сеть взаимосвязанных действующих субъектов и институций, которые создают, вводят в обращение и потребля-

ют искусство»<sup>1</sup>. Так рынок искусства определяет Наташа Деген, исследователь и преподаватель нью-йоркского отделения Института Sotheby's, и это определение кажется вполне правомерным. Оно достаточно сухо, чтобы походить на словарное определение, и одновременно емко для того, чтобы вместить самые разные интерпретации и позиции. Ведь упоминаемые в нем «субъекты» и «институции» – это как раз те специфические деятели рынка искусства, которые на первый взгляд могут не иметь к нему непосредственного отношения. Художественный критик точно так же, как и галерист, «вводит» произведение искусства или вообще творчество определенных художников «в оборот», публикуя о них статьи и книги, на которые потом могут обратить внимание коллекционеры или кураторы. Зрители, зашедшие на выставку в галерею или проводящие свои выходные на очередной художественной ярмарке, точно так же, как и покупатели, потребляют искусство.

Почему вдруг рынок искусства обсуждается столь горячо? А это, безусловно, так – стоит только взглянуть на количество и качество научных, академических исследований, книг, статей, дискуссий и споров, касающихся бытования искусства в коммерческом пространстве. Динамика цен на работы модных художников ложится в основу профессиональных аналитических исследований финансовых компаний,

---

<sup>1</sup> Degen N. Introduction. Value-Added Art // The Market / ed. by N. Degen. L.: Whitechapel Gallery; Cambridge: MIT Press, 2013. P. 12.

модели коммерческого поведения художников становятся предметом изысканий экономистов и математиков, тонкая грань, проходящая между ценой и ценностью, – богатая почва для культурологических и философских споров. Причина такого повального увлечения этими сюжетами может показаться очень прозаической – это беспрецедентный рост объемов рынка начиная с нового тысячелетия.

Есть разные точки зрения на то, что именно положило начало этому порочному кругу и полностью изменило расстановку сил на арт-рынке. Важно выделить два временных отрезка. В конце 1990-х годов рынок искусства стал просыпаться, реагируя на общие подвижки в экономическом климате. Форпостом этого процесса стала Великобритания, а олицетворением нового коммерческого витка в искусстве – «Молодые британские художники», или YBA (Young British Artists). Впрочем, пробуждение арт-рынка началось вовсе не с современного искусства, а с проверенных временем модернистских работ. В 1997 г. холст «Мечта» Пабло Пикассо ушел за 49 млн долл. на аукционе Christie's – и маховик начал раскручиваться, вовлекая все новые и новые произведения искусства в игру, которая совсем скоро превратиться в грандиозную спекулятивную лотерею.

Другая важная дата – 2004 г. Тогда, по мнению большинства свидетелей рыночных коллизий начала «нулевых», рост цен просто вышел из-под контроля. Причем прорыв случился сразу на двух фронтах. Картина Пабло Пикассо

«Мальчик с трубкой» преодолела психологическую отметку в 100 млн долл. на аукционе Sotheby's. До этого самой дорогой работой, проданной на аукционе, был портрет доктора Гаши кисти Винсента Ван Гога, купленный на волне предыдущего спекулятивного витка на рынке искусства японским магнатом за 82,5 млн долл. Гораздо важнее, однако, была непубличная сделка, заключенная на рынке современного искусства и вызвавшая целый шквал эмоций – от восхищенной оторопи до бурного порицания. За 8 млн долл. в результате частной сделки была продана акула в формальдегиде Дэмьена Хёрста. По мнению журналистки и эксперта по рынку искусства, автора книги «Взрыв арт-рынка в XXI веке» Джорджины Адам<sup>2</sup>, отсчет стоит вести не от каких-то конкретных продаж; гораздо существеннее тот факт, что именно в 2004 г. продажи современного искусства стали впервые за 10 лет приносить стабильно высокую прибыль всем участникам рынка, включая галеристов, дилеров и аукционные дома.

Между двумя датами произошло немало других важных событий, внесших свою лепту в формирование современной структуры арт-рынка. Так, многие считают, что более важным (просто не таким сенсационным и заметным, как крупные аукционные или частные сделки) событием было назначение на пост директора ярмарки Art Basel Сэма Келлера

---

<sup>2</sup> Adam G. Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the 21<sup>st</sup> Century. Ashgate, 2014.

в 2000 г. За короткое время гений Келлера, злой или добрый, превратил ярмарку в самое главное коммерческое событие на планете. Благодаря многочисленным нововведениям Art Basel представила искусство, которое перестало быть только результатом творческой работы художника, частью истории идей и художественных направлений, но превратилось в стиль жизни, бесконечный конвейер закрытых показов, вечеринок и развлечений.

Один из самых наглядных, или пытающийся быть таковым, способов описать рост рынка – это отследить динамику изменения цен на произведения разных направлений и эпох, составленную по результатам продаж на аукционах. Аукционные дома как открытые, публичные организации являются единственным источником информации о ценах на рынке, доступным всем – итоги торгов регулярно публикуют в Интернете, взглянуть на них может любой желающий. На сегодняшний день существует немало компаний, которые, анализируя эту информацию, составляют графики и схемы развития рынка – и картина, нарисованная линиями роста и столбиками объемов продаж, весьма впечатляет. Одна из этих компаний – ArtTactic, выпускающая отчетные обзоры развития аукционного рынка дважды в год, представила следующую панораму<sup>3</sup>. В фокусе оказался пе-

---

<sup>3</sup> ArtTactic Art & Finance Report 2014. September 2014 [Электронный ресурс]. <[http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Luxembourg/Local%20Assets/Documents/Whitepapers/2014/lu\\_wp\\_artandfincereport2014\\_08092014.pdf](http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Luxembourg/Local%20Assets/Documents/Whitepapers/2014/lu_wp_artandfincereport2014_08092014.pdf)>.

риод с 2000 г. по первую половину 2014 г.; данные о ценах собирались с аукционов, где продавались работы старых мастеров, импрессионистов, модернистов, художников послевоенного времени и современных авторов. Также в исследование попали данные о рынке китайского искусства (как антикварного, так и современного). К слову, появление специального «китайского» компонента на графиках, рассчитывающих общий рост продаж, в новинку и говорит о том, насколько важную роль в развитии мирового рынка сегодня играют китайские покупатели и китайское искусство. Возвращаясь к самому графику: специалисты ArtTactic рассчитывали, что за обозначенный период общий рост рынка искусства составит почти 15 % в год. Причем линия начинает резко ползти вверх в 2004 г. и проваливается в посткризисном 2009 г., но только для того, чтобы на следующий год взлететь к прежним высотам и продолжить рост вплоть до настоящего момента. Другая любопытная и важная для нас тенденция касается искусства, попадающего в раздел «послевоенного и современного». Доля этого искусства в общем объеме продаж резко выросла в 2007 и 2008 гг. и сравнялась с долей, которую в общий котел вносили продажи работ импрессионистов и модернистов. За десятилетие, начиная с 2002 г., число работ современных художников, выставляемых на аукционах, увеличилось втрое. Словом, у Пикассо и Ван Гога появились серьезные конкуренты на поле аукционных боев — и они наши современники, которые продолжают работать

(факт сам по себе удивительный, если вспомнить, в какой нищете закончил жизнь Ван Гог и многие другие авторы, которым не довелось испытать коммерческого успеха при жизни). После предсказуемо провального 2009 г. доля современного искусства снова начала расти в 2010 г., и уже к 2013 г. объем этого рынка перевалил за миллиард долларов – исторический максимум.

После кризиса 2008 г. вопреки ожиданиям и даже надеждам многих игроков рынка, которые в один голос заявляли о ненормальном, перегретом его состоянии, рост аукционных цен продолжился как ни в чем не бывало. 2013 и 2014 гг. удивили сразу несколькими абсолютными рекордами: триптих Фрэнсиса Бэкона был продан за 143,4 млн долл., «Серебряная автокатастрофа» Энди Уорхола – за 105 млн долл., оранжевая «Надувная собака» Джеффа Кунса – за 55 млн долл. (установив тем самым рекорд цены на работу живущего художника). Парад аукционных побед продолжился в 2014 г.: 80 млн долл. за этюды Фрэнсиса Бэкона к портрету друга художника Джона Эдвардса, 84,2 млн долл. за работу «Black Fire 1» («Черный огонь 1») Барнетта Ньюмана.

Отметка в 100 млн долл. – уникальная, невиданная для рынка искусства, да и просто для любого человека – сегодня уже не воспринимается в аукционных кругах как нечто небывалое. На сегодняшний день кажется, что все вернулось на круги своя. Аналитики, как и несколько лет назад, преду-

преждают о существенных рисках и отмечают противоречивую тенденцию – аукционы бросили все свои силы на работу с произведениями, стоимость которых может превысить 10–20 млн долл., а значит, сделали ставку на спекулятивное развитие рынка, на самый дорогой, или, как принято говорить на аукционном жаргоне, топовый, сегмент. Причем в этот сегмент начинают все чаще попадать имена художников, чья карьера началась сравнительно недавно. По данным все той же ArtTactic, «барометр спекуляции» поднялся за 2013 г. на 4 %, в то время как 60 % опрошенных экспертов оценили его в 7 баллов (при шкале от 1 до 10). «Эксперты выражают обеспокоенность количеством краткосрочных инвесторов и спекулянтов, которые толкают цены вверх, и в особенности на работы молодых, начинающих художников, добившихся заметных успехов в 2013 г.», – подводит свой лаконичный итог ArtTactic.

А какой вывод из этих цифр можем сделать мы? Во-первых, рост рынка в целом и рынка современного искусства в частности вовсе не прекращался на время кризиса, напротив, шел даже быстрее, чем до него. Рост выглядит особенно странно на фоне продолжающихся дискуссий вокруг сокращения финансирования культуры и искусства во многих странах Европы и Америки. Он говорит о том, что деньги сосредотачиваются в руках отдельных людей, частных лиц, что имеет последствия не только для кривой роста цен (в количественном смысле положительные), но и для судьбы со-

временного искусства в целом (не всегда однозначные<sup>4</sup>). Во-вторых, объемы рынка гораздо больше в численном выражении, чем нам это представляют графики. Ведь за бортом остается информация о частных сделках. А их сегодня тоже заключается немало, и некоторые ничуть не уступают по своим сенсационным суммам аукционным. Так, в 2013 г. завершилась драматичная история продажи полотна Пабло Пикассо «Мечта». Картина, на которой изображена возлюбленная и муза художника Мари-Терез Вальтер, долгое время принадлежала Стиву Уинну, владельцу казино в Лас-Вегасе. За ней долго охотился другой Стивен – Стивен Коэн, хедж-менеджер, прославившийся на весь мир тем, что купил «ту самую» акулу Хёрста за 12 млн долл. (работа 1991 г. называется «Физическая невозможность смерти в сознании живущего» и представляет собой чучело тигровой акулы в огромном резервуаре с формальдегидом). В 2006 г. Коэн и Уинн договорились о сделке – работа Пикассо должна была сменить владельца, но во время своего рода прощальной вечеринки с «Мечтой» Уинн, по неосторожности, повредил холст. На реставрацию ушли годы, а частная сделка состоялась только в 2013 г. и составила почти 158 млн долл.

---

<sup>4</sup> В настоящий момент идут ожесточенные споры вокруг того, каким образом коммерциализация искусства влияет на художественные институты и, главным образом, на государственные музеи. Эти музеи, являясь такими же полноправными игроками рынка, как частные или корпоративные покупатели, больше не могут соревноваться с ними на равных – их бюджеты не позволяют приобретать чрезмерно дорогие работы.

Еще одна многомиллионная и при этом частная сделка 2013 г. – продажа картины Барнетта Ньюмана «Свет Анны» (1968). Минималистская по сути (работа представляет собой монохромный красный холст) и максималистская по масштабам (почти три на шесть с лишним метров; это самая большая картина, сделанная Ньюманом), она была продана за 107 млн долл. Продавцом выступила одна из старейших японских фирм по производству красок, пигментов и биохимикатов DIC Corporation, выставившая картину в собственном музее перед тем, как с ней расстаться. Покупатель остался неизвестным.

Из цифр, передающих бурный рост арт-рынка и семизначных сумм, можно сделать и другой, не количественный, а качественный вывод. Правда, качество в данном случае будет скорее со знаком минус. Рост цен (и в особенности на аукционах) привел к укреплению ложного представления об искусстве как о сфере инвестиций. В таком контексте искусство начали преподносить уже давно (в середине XX в. уже выходили журналы, объясняющие финансовые преимущества покупки произведений), но спекулятивный характер рынка современного искусства сделал воображаемую связь между произведением и инвестицией прочной как никогда. Сегодня для огромного количества покупателей работа художника имеет смысл главным образом как вложение средств (по крайней мере, так ответили 76 % опрошенных Art-Tactic покупателей искусства). Для армии экономии

стов, занятых подготовкой аналитических обзоров рынка, тот факт, что искусство как никогда упрочило свой финансовый имидж, является положительной тенденцией и ведет к развитию отдельной сферы финансов, обслуживающей новые интересы новых клиентов.

Аукционные рекорды хоть и не дают полного представления о происходящем в мире искусства, но привлекают много внимания к коммерческим успехам того или иного художника. Эта информация постоянно находится на виду и, более того, используется в спекулятивных целях – и теперь речь не о финансовой, а об имиджевой спекуляции. Цены вдруг превратились в своего рода барометр, навигатор, с помощью которого попавший в мир современного искусства человек получает шанс не потеряться среди тысяч имен и миллионов работ. Навигатор ведет его по проторенным, но зачастую ложным дорожкам, намеренно вводя в заблуждение и несправедливо акцентируя внимание на отдельных явлениях. Нет ничего страшного в том, чтобы сделать пару крюков на пути к пониманию прекрасного, однако, систематически следуя по неправильному пути, человек рискует составить весьма специфическую карту искусства, где маленькие тропинки становятся хайвеями и, наоборот, мегаполисы превращаются в деревушки.

Зацикленность на коммерческом успехе при самом плохом раскладе может попросту разрушить понятие истории искусства в том виде, в каком оно было знакомо нам в XX в.

Джозеф Кошут, отец-основатель западного концептуализма, не раз повторял, что обратился в 1960-е годы к новым формам искусства потому, что живопись (даже в самых радикальных своих проявлениях) безвозвратно увязла в товарно-денежных отношениях. На его глазах картина из результата художественных и интеллектуальных поисков автора стремительно превратилась в декорацию и украшение дома богатых коллекционеров, в объект, смысл которого во многом сводился к возможности купить его и затем продать. Чтобы противостоять рынку, не допустить навязывания рыночной логики логике искусства, он провозгласил, что настоящее искусство – это не столько объект, созданный физическими усилиями художника, сколько концепция, идея, предвосхищающая появление произведения. Этот вывод имел огромное влияние на современников и последователей Кошута и стал *modus vivendi* для нескольких поколений концептуалистов. В декабре 2013 г. Кошут снова вернулся к этой теме, беседуя на одной из самых известных международных ярмарок современного искусства Art Basel с нью-йоркским издателем и арт-консультантом Байером Факстом. Очевидно, что подмеченные художником в 1960-е годы процессы не только никуда не исчезли, но даже не изменили своего направления: вопросы взаимодействия искусства и рынка, коммерциализации искусства и поисков путей для независимого от экономической и политической конъюнктуры творчества по-прежнему волнуют художников, критиков, кура-

торов.

Во время беседы Кошут говорил о любопытном расколе, произошедшем в истории искусства под влиянием рынка. «У нас всегда была история искусства, и это была история того, кто что сделал, когда и как это повлияло на дальнейшее развитие искусства – это была часть истории идей. А потом, 10, 15 лет тому назад... появилась новая история искусства, соперничающая с классической, и это история арт-рынка»<sup>5</sup>. Он размышлял о том, что новая история искусства имеет совершенно иные представления о ценности и основывает свои суждения не на идее, стоящей за произведением, но на его стоимости. Художник нарисовал весьма мрачную картину современного мира искусства, где произведение сводится к статусу выигрышного билета в культурной лотерее, а покупатели этих лотерейных билетов не очень хорошо понимают, что именно оказывается у них в руках. «Мы знаем имена всех тех художников, чьи работы сегодня продаются за миллионы, но совершенно не знаем почему. Мы понимаем, что такая ситуация не имеет никакого отношения к истории искусства в том виде, в каком мы ее знали до сих пор. Произведения искусства, о которых идет речь, часто вторичны, неоригинальны и не представляют важности с точки зрения классической истории искусства. И вот

---

<sup>5</sup> Dahan A. Joseph Kosuth On Art Market // Purple Fashion Magazine. Spring/Summer 2014. Iss. 21 [Электронный ресурс]. <<http://purple.fr/magazine/s-s-2014-issue-21/94>>.

в мир искусства приходит огромное количество новых людей с огромным количеством денег, и они не особо волнуются о своем художественном образовании, они обращают внимание только на то, что дорого стоит», – негодует Кошут. В результате мы имеем дело с разрушением морального авторитета, которым искусство было до сих пор наделено, и подменной культурного авторитета финансовым.

Можно по-разному относиться к словам Кошута, принимать или отвергать его позицию. Его борьба с коммерциализацией искусства имеет давнюю историю, его взгляды подкреплены личным опытом и знанием кухни арт-рынка. Кому-то категоричная критика Кошута может показаться преувеличением, кто-то с ней солидарен. Однако его выступление в некотором смысле характерно – оно демонстрирует всю запутанность коммерческого и некоммерческого, критического и потребительского отношения к искусству в сегодняшнем мире. Достаточно напомнить, что беседа состоялась на ярмарке Art Basel, которую без труда можно назвать олицетворением произошедших на рынке искусства перемен. И дело даже не в том, что художник своим присутствием лишь добавляет ей очков (ведь в мире есть немало музеев, которые с не меньшим удовольствием устроили бы дискуссию с Кошутым, но не могут себе этого позволить). Ярмарка, приглашая такого крупного деятеля, демонстрирует, насколько высок ее художественный уровень и авторитет в мире искусства, насколько она, будучи по своей сути меропри-

ятием, заточенным исключительно на коммерческий результат, открыта самым разным мнениям, даже таким, которые разносят ее принципы в пух и прах. Ведь Кошут, если продолжить его размышления, рано или поздно обязательно выскажет очевидную мысль, что в формировании ненавистной ему истории арт-рынка повинны в том числе и такие ярмарки. Впрочем, к самому художнику предъявлять претензии сложно и бессмысленно – любая платформа хороша для защиты собственных взглядов, даже если эта платформа расположена в самом сердце стана врагов. Ирония заключается в том, что в павильонах ярмарки на стендах галерей можно было найти немало работ художника, выставленных на продажу и принимающих самое деятельное участие в мировом круговороте денег и искусства.

А может, это не ирония, но правда жизни, в которой искусство зависит от денег и от рынка. И все дело в том, что чрезмерный рост последних лет просто представил этот неприятный факт в новом свете. Раз так, то арт-рынок не столько главный «изм» XXI в., сколько обстоятельства, активно навязывающие себя искусству и нам, его зрителям. Чтобы самим не ошибиться с выбором пути и настроить собственный навигатор, стоит разобраться в территории, на которую мы вступаем, и ответить на несколько на первый взгляд несложных вопросов. Как изменился арт-рынок с начала XXI в.? Почему в эпицентре коммерциализации оказалось именно современное искусство? Уникальны ли про-

цессы, которые мы наблюдаем в течение последних 15 лет, или бумы и кризисы, ажиотаж и разочарование – лишь повторение давно пройденного пути?

# **«Изм» ХХІ века и его последователи**

## **Сверхновые богачи**

На центральной аллее в утопающем в зелени кусочке Венеции Джардини один павильон сменяет другой. В каждом – выставки художников, представляющих свои, а иногда и чужие страны на Венецианской биеннале современного искусства. Великолепные сады, модернистские особняки, Гран Канале, который можно разглядеть сквозь деревья, – все торжественно и, несмотря на сотни перемещающихся по дорожкам чуть ли не бегом и толпящихся в очередях людей, умиротворенно. Но около одного из выставочных пространств умиротворение переходит в тревогу, а через секунду в ужас: в небольшом бассейне перед павильоном лицом вниз плавает человек. И только тот факт, что окружающая его толпа бездействует, позволяет панике уступить место любопытству.

Конечно, в бассейне плавал манекен. И хотя он неодушевленный персонаж, история за ним скрывалась самая настоящая. Это был мистер Б. – герой, придуманный дуэтом из Дании Elmgreen & Dragset, а павильон – это его дом на то вре-

мя, что была открыта Венецианская биеннале 2009 г., где художники представили свой проект «Коллекционеры». Дом, к слову, был выставлен на продажу, и на газоне красовалась табличка «For Sale». Посетители вместе с агентом по недвижимости, а вернее с играющим эту роль экскурсоводом, могли пройти по жилищу мистера Б. Жилище это едва ли было готово к продаже. Судя по разбросанным вещам, хозяин покинул его совсем недавно и вовсе не для того, чтобы больше никогда не вернуться. Кроме того, в одной из комнат – секретном пристанище героя – тихо продолжалась незаконченная вечеринка и молодые люди попивали коктейли с водкой, устроившись в удобных креслах. Изюминка состояла в том, что по-скандинавски стильный и стерильный дом мистера Б. принадлежал коллекционеру. Здесь были самые настоящие, невымышленные (в отличие от своего владельца) произведения искусства: живопись известных художников вроде Вольфганга Тильманса или Элен Стюртевант, скандинавская дизайнерская мебель.

Собрание мистера Б. – единственное, что от него осталось, и единственный для зрителя шанс понять, что же собой представлял этот загадочный коллекционер. Очевидно, он был очень состоятельным человеком. А судя по тому, что он утопился в бассейне, не сняв белой рубашки и черных брюк, мистер Б. занимал какую-нибудь важную должность в банке, финансовой корпорации или юридической фирме. В любом случае он был топ-менеджером, а возможно, даже менедже-

ром хедж-фонда, в его жизни было много работы, много денег и, очевидно, вечеринок. Он очень похож на тех коллекционеров, о которых так много писали до кризиса 2008 г. глянцевого журналы по искусству; газеты с пристрастием следили за их покупками на аукционах и в галереях, рапортуя о каждом новом потраченном миллионе.

Действительно, без таких, как мистер Б., было бы невозможно объяснить невероятный коммерческий взлет современного искусства, ведь одной из его причин стало резкое увеличение количества денег, вливаемых в арт-рынок. Глобализации и дерегуляции экономики, бум финансового сектора – все то, что одни клеймят, а другие превозносят как неолиберальную экономическую модель, привело к скачку роста количества богатых людей в мире, и произошел он в течение последних 10–15 лет. Кого мы относим к категории «богатых людей»? В середине 1990-х годов экономисты предложили использовать термин High Net Worth Individuals – то есть лица с крупным частным капиталом; те, у кого есть свободный для инвестирования миллион долларов. Разные компании из сферы финансовых исследований предлагают разный «денежный ценз», но миллион остается низшим порогом. «Отчет о богатстве» за 2013 г. (отчет ежегодно совместными усилиями выпускают компании Capgemini и RBC Wealth Management) показал, что выросло и число богачей в мире – теперь их 13,7 млн человек, – и объем их богатства, который составил 52,6 трлн долл.

Впрочем, темпы, с которыми экономика росла в начале XXI в., быстро сделали понятие «богач» слегка устаревшим, а миллион долларов – каким-то романтическим напоминанием о периоде первоначального накопления капитала. В начале 2000-х годов появился термин «сверхбогачи» (Very HNWI), для которых порог инвестиционных возможностей устанавливался в 5 млн долл. Наконец, к 2007 г. все чаще стали говорить об «ультрабогачах» (Ultra-HNWI) – тех, кто мог на свое усмотрение распоряжаться судьбой как минимум 30 млн долл. И на 2013 г. этих самых ультрабогачей в мире больше 199 тыс. человек.

Нет необходимости вдаваться в дальнейшие подробности и цитировать цифры, чтобы понять – начало XXI в. стало началом очередного витка накопления, только в отличие от времен промышленных революций речь идет о сфере финансов, инвестиций и вещей, в общем, неосязаемых. Осязаемым, однако, стал интерес новых богачей к искусству, на которое они, даже по самым скромным подсчетам, готовы тратить как минимум 1 % своих денег<sup>6</sup>. Многие исследовательские компании, пытающиеся разобраться в инвестиционных предпочтениях богачей, уверяют, что процент на самом деле гораздо больше. Так, по данным Barclays Wealth за 2012 г., сверхбогачи в США потратили около 9 % сво-

---

<sup>6</sup> Олав Велтейс, исследователь Амстердамского университета, в предисловии к сборнику статей «Contemporary Art and Its Commercial Markets» проводит спекулятивные подсчеты, по которым с 2004 г. на рынок искусства поступило около 35 млрд долл.

их доходов на покупку искусства (не только современного), в Китае – 17 %. Конечно, эти богатые, сверхбогатые, ультрабогатые или как их ни назови покупатели – особый класс, поведение представителей которого вовсе не отражает всех тенденций и хитросплетений рынка современного искусства. Ими может руководить искренний интерес или же прагматический расчет, но эффект в любом случае одинаков – без них объемы рынка современного искусства не выросли бы так стремительно.

И все же, почему их внимание устремилось на современное искусство? Ведь в конце 1980-х – начале 1990-х годов, когда мир был еще не настолько глобален, но переживал похожую финансовую лихорадку, современное искусство едва ли обращало на себя столько внимания покупателей. Конечно, увидеть работы живущих художников на аукционах того времени не составляло труда, но никто не платил за произведения современников такие огромные суммы, как в 2000-е. Всплеск произошел разве что с появлением на рынке экспрессивных живописных работ Джулиана Шнабеля. Он и еще несколько художников-экспрессионистов на короткое время оказались в центре рыночного бума, но с экономическим кризисом рубежа 1990-х взлет цен на их работы прекратился, так и не побив рекорды рынка импрессионистов и модернистов.

Исследователь Мелани Каллиган считает, что дело в специфике самой профессии покупателей «нулевых». Словом,

нет никакой случайности в том, что утопившийся в бассейне герой венецианского проекта Elmgreen & Dragset мог показаться банкиром или финансистом. Ответственными за безмерную спекуляцию в самом дорогом сегменте арт-рынка Каллиган не без оснований считает менеджеров хедж-фондов. Их интерес к послевоенному и современному искусству, а не, скажем, к проверенным временем ценностям вроде холстов старых мастеров объясняется некой внутренней близостью логики рынка современного искусства и той деятельности, которой они занимаются. «Предрасположенность к современному искусству, нежели к картинам Рембрандта или Мане, говорит об их склонности к риску, к постоянной погоне за тем правильным типом вложений, который принесет наибольшую прибыль... – пишет Каллиган. – Как такое появление менеджеров хедж-фондов в арт-мире не ограничивается вкусовыми пристрастиями нескольких богатых людей, напротив, оно обозначает коллективный сдвиг в сферу, с которой они чувствуют особое родство»<sup>7</sup>. Другими словами, проблема не в покупателях, которые делают ставку на спекулятивную торговлю, – рассчитывать на прибыль можно и не поклоняясь алтарю искусства-как-инвестиции – проблема в самой системе современного арт-рынка, которая оказывается предрасположена к такому агрессивному бизнес-поведению.

Помимо того, что логика рынка старого искусства может

---

<sup>7</sup> Galligan M. Hedge Fund // Texte zur Kunst. 2007. Nr. 6. S. 76–82.

быть не близка сегодняшним покупателям, есть и более существенный фактор – большинство качественных работ старых мастеров или импрессионистов и даже многих художников первых послевоенных десятилетий уже давно разошлось по музейным коллекциям. Их трудно достать на рынке, или же стоимость их настолько велика, что позволить их себе могут немногие. К тому же искусство, отстоящее от нас по времени, диктует свои правила игры: чтобы научиться разбираться в живописи старых мастеров и отличить оригинал от подделки, нужно провести не один год в архивах и музеях. В противном случае не обойтись без профессионала – музейного эксперта, историка искусства, исследователя творчества конкретных художников.

Галеристы и специалисты аукционных домов отмечают еще одну немаловажную тенденцию – современные покупатели гораздо моложе своих предшественников и это люди с совершенно иным подходом к получению информации и знаний. Их внимание постепенно смещается с искусства прошлого на современность, на художников, которые работают здесь и сейчас, потому что так им легче идентифицировать себя в качестве активных деятелей современного мира. Возможность личного общения с художником, новизна и подвижность интригуют, обещают заманчивый статус «первооткрывателя». Тот, кто задался целью собрать коллекцию, получает карт-бланш в формировании собственного взгляда на современность с помощью художников, чьи работы отве-

чают только его взглядам, а не чужой, хоть и устоявшейся системе ценностей. Конечно, дело не том, что современное искусство проще для понимания, напротив, подчас оно вызывает гораздо больше вопросов и требует не только знания истории искусства, но и умения самостоятельно интерпретировать на первый взгляд непонятные вещи. Но как только проходит страх перед неизвестностью, именно это качество – свобода трактовки – начинает импонировать зрителю. «Современное искусство можно безошибочно определить как современное, оно выглядит определенным образом и дарит определенные ощущения, оно может усилить представления человека о собственной эрудиции и знаниях последних тенденций – все это одним махом; значение и ценность современного искусства можно легко транслировать вовне, делиться ими и усиливать их (благодаря активному участию в жизни арт-сообщества или медийным средствам); наконец, современное искусство позволяет почувствовать волнение соперничества – волнение, которое овладевает человеком, обошедшим соперника на повороте, которое он испытывает от внезапной популярности только что открытого для себя художника» – так исследователь рынка искусства и преподаватель Института Sotheby's Ноа Хоровиц описывает чувства, которые обуревают того, кто решил вступить на территорию современного искусства.

Современное искусство превратилось в своего рода *lingua franca*, объединяющий американских финансистов, русских

олигархов, арабских принцев и китайских магнатов. Так что теперь помимо общих бизнес-интересов у новых покупателей есть и общие культурные ценности. Получая ценник, произведение оказывается в пространстве «универсального языка денег»<sup>8</sup> и вступает во взаимоотношения со всеми остальными предметами, имеющими цену, – и, вероятно, для живущих по правилам финансового мира становится чуть понятнее. Постоянный упор на инновативность, прогрессивность и смелость оказывается в конечном счете созвучен картине мира предпринимателя, который живет в логике постоянного роста. В конце концов, даже возможность спекуляции иногда может иметь положительные последствия. Какой бы ни была конечная цель покупателя – экономическое обогащение или желание заработать благородную репутацию мецената, – ожидая прибылей и рискуя, он с большей готовностью потратит деньги на новые работы новых авторов.

Тем не менее, как отмечают некоторые галеристы, перемены, вызванные формированием нового класса покупателей с новыми ценностями, далеко не всегда оказываются благоприятными. Все меньше становится людей, инвестирующих в развитие художника не только деньги, но и время, поддерживающих его на протяжении всей карьеры. Знания,

---

<sup>8</sup> Ulrich W. Icons of Capitalism: How Prices Make Art // Price and Value: Contemporary Art and the Market. Florence: Centro di Cultura Contemporanea Strozziina, 2009 [Электронный ресурс]. <[http://www.strozzina.org/artpriceandvalue/catalogue\\_ullrich.html#content](http://www.strozzina.org/artpriceandvalue/catalogue_ullrich.html#content)>.

знаточество как способ взаимодействия с искусством уходит в прошлое. Или, как говорят художник Андреа Фрейзер и теоретик Сухаил Малик, приобретает ранее неизвестные формы. Они, как и многие другие исследователи, приписывают привлекательность рынка современного искусства безграничной возможности спекулировать. Но объясняют эту спекуляцию по-своему – как творческий процесс, где покупатель меняется с художником ролями. Возможность потратить огромную сумму денег на произведение искусства и тем самым повлиять на рынок работ того или иного автора дает покупателю шанс очутиться в роли творца, вершителя судеб и союзника провидения. Находясь в постоянном поиске «голубых фишек» – тех самых работ, которые позволяют ему в будущем выиграть на перепродаже и еще больше обогатиться, – он ощущает, что участвует в игре, где многое зависит от его собственных «творческих» способностей. Пусть даже эти способности будут означать умение быть в курсе текущей ситуации, осведомленность о последних рыночных и художественных тенденциях, умение разглядеть потенциальный талант и убедить окружающих в том, что сделанный выбор правилен. Покупатель, делающий ставку на спекуляцию, с помощью своих денег и выбора запускает весьма своеобразный, перевернутый с ног на голову процесс, конечной целью которого является не покупка того, что уже обладает ценностью (критической или экономической), а конструирование этой ценности.

Рынок современного искусства напоминает игру в кошки-мышки, где кошка – это покупатель-спекулянт, а мышка – произведение искусства или следующий покупатель, который заплатит большую цену. И если этот следующий покупатель тоже проникнется азартом спекулятивной игры, то сможет сам стать кошкой. Этот сценарий может проигрываться по кругу до бесконечности. Но игра необязательно заканчивается для коллекционера хорошо. Неслучайно мир, созданный Elmgreen & Dragset, – это меланхоличный мир, в котором коллекционер скорее жертва, чем хищник; а в его доме царит атмосфера полного опустошения. Дом мистера Б. походил на корабль, только что переживший страшный шторм и потерявший во время бури капитана. Все это казалось недвусмысленным намеком на события на рынке искусства – биеннале 2009 г. проходила в самый пессимистичный для рынка посткризисный момент: продажи упали, о рекордах позабыли, вечеринки закончились – и оставалось лишь подсчитать убытки. Мир коллекционеров, придуманный художниками, таким образом, стал метафорой общего положения дел. Коллекционер, включившийся в спекулятивную игру и ставший главным двигателем коммерческого бума середины 2000-х, утопился; его дом – система арт-рынка – остался без хозяина.

Представляя нам эти руины, художники пытаются сменить акценты с рыночной лихорадки и взглянуть на саму суть коллекционирования. Для чего коллекционер окружа-

ет себя произведениями искусства и дает, таким образом, любому ключ к своим самым сокровенным секретам? Почему он испытывает необходимость в искусстве и его демонстрации? Как соотносятся личные интересы коллекционера и формирующийся вокруг него миф? «Мы хотели подчеркнуть, что коллекционирование связано не только с рынком или аукционами или инвестициями, не только с тем, кто “модный”, а кто нет. Многие собирают по другим причинам – из своих собственных убеждений, политических взглядов, сексуальной идентичности или потому что им особенно нравится какое-то определенное художественное направление. Кто-то собирает, потому что это семейная традиция или потому что у него невротическая склонность к порядку в жизни, а может, просто из тщеславия или из желания дать что-то обществу. Нам кажется интересной мысль, что предметы, собранные вместе, могут сформировать личность»<sup>9</sup> – таков посыл и направление идей Elmgreen & Dragset. Попробуем и мы разобраться в этих вопросах.

---

<sup>9</sup> *Velasco D.* Elmgreen & Dragset // Artforum. 2009 [Электронный ресурс]. <<http://artforum.com/words/id=23020>>.

# Необузданная страсть к искусству

Внимание к фигуре коллекционера, к его мотивациям и часто необъяснимому стремлению окружать себя предметами искусства оправданно. Именно в этой, по сути психологической, плоскости часто кроются ответы на вопросы о функционировании системы арт-рынка. Искусство наделено качествами, которые делают его невероятно притягательным для рынка. Его поведение в коммерческой среде совершенно парадоксально, ведь, если говорить строго с экономической точки зрения, себестоимость произведения искусства довольно низкая. Конечно, на создание масштабных современных инсталляций могут уйти огромные деньги, но до рынка такие работы доходят редко – у частных покупателей, приобретающих искусство на аукционах и в галереях, большим спросом пользуется живопись и фотография, для создания которой обычно не требуется много денег. Продаваясь и покупаясь, оставаясь дешевыми в производстве, многие произведения искусства при этом могут похвастаться статусом «бесценных». Такое явное противоречие между якобы низкими затратами и перспективой получить огромную прибыль, несоответствие вложенных в производство денег и огромного нематериального значения произведения искусства превращают его в особенно притягательный объект желания.

Желание вообще один из самых верных способов проникнуть в тайну функционирования арт-рынка, потому что от него зависит не только личный выбор каждого покупателя, но в конечном счете и вся система. Как писал философ и социолог рубежа XIX–XX вв. Георг Зиммель в своем фундаментальном труде «Философия денег», желание само по себе не может сообщить предмету ценность, но, наталкиваясь на препятствие, превращается в вечный двигатель, который заставляет покупателя вновь и вновь возвращаться к несовершенной покупке. «Если бы любое желание можно было удовлетворить вполне и без всякой борьбы, экономический обмен ценными вещами просто не развился бы, а желание никогда не достигло бы высокой отметки. Отсрочка удовлетворения, препятствование ему, страх никогда не получить предмет, напряжение борьбы за него – все это вместе составляет разные элементы желания; активное стремление и постоянное приобретение»<sup>10</sup>, – писал Зиммель.

Этот «человеческий фактор» многократно усложняет попытки объяснить логику развития рынка искусства и мотивацию покупателя, представляя собой одну из самых запутанных проблем, где желаемое чаще всего выдается за действительное. Неудивительно, что объяснение поведения и покупательских предпочтений коллекционеров легче искать не в экономической теории, а в работах философов и социологов или даже психологов. И хотя многие исследова-

---

<sup>10</sup> *Zimmel G. The Philosophy of Money. L.; N.Y.: Routledge, 2004. P. 87.*

ния были написаны задолго до появления современных покупателей, они все же помогают кое-что о них понять.

Одним из первых к запутанным взаимоотношениям покупателей и искусства обратился Торстейн Веблен. В книге «Теория праздного класса», вышедшей еще в 1899 г., он впервые использовал термин «демонстративное потребление». Исследователь описывал особенности поведения людей, разбогатевших в результате промышленной революции, нуворишей своего времени. Для них покупка роскошных товаров стала способом продемонстрировать собственную социальную и экономическую власть. Веблен писал, что в каждую эпоху существует класс хищников, который разными способами возвещает о своих успехах. И если речь идет о капиталистическом обществе, то лучшим средством оказываются деньги, а вернее их количество, продемонстрировать которое можно, покупая предметы роскоши. Так, по Веблену, демонстративное потребление ценных товаров – это способ упрочить свою репутацию для представителя праздного класса<sup>11</sup>. Он напрямую не говорит именно о произведениях искусства, а размышляет в целом об улучшенных товарах, товарах, которые человек покупает, не имея в них нужды. Это вещи, обладающие определенными эстетическими качествами, а иногда и утилитарными, как, например, украшения с драгоценными камнями.

Социолог описал одну из самых любопытных черт в от-

---

<sup>11</sup> Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. С. 108–111.

ношении потребителя к товарам высшего класса – смешение представлений о «красоте» предмета и его экономической стоимости. «Как правило, большая удовлетворенность от употребления и созерцания дорогих и, казалось бы, красивых предметов в значительной мере объясняется удовлетворением нашего вкуса к дорогостоящести, которая скрывается под маской красоты. Мы гораздо чаще высоко ценим те или иные вещи за их престижный характер, чем просто за красоту. В наших канонах вкуса требование демонстративной расточительности обычно не присутствует на сознательном уровне, но тем не менее оно присутствует – как господствующая норма, отбором формирующая и поддерживающая наше представление о красоте и позволяющая нам различать, что может быть официально одобрено как красивое, а что нет... Всякий ценный предмет, отвечающий нашему чувству прекрасного, должен соотносываться с требованием красоты и с требованием дороговизны. Помимо этого, канон дорогостоящести влияет также на наши вкусы таким образом, что мы безнадежно смешиваем при восприятии предмета признаки дороговизны с характерными признаками красоты, а суммарный эффект восприятия относим просто к красоте. Черты, по которым обнаруживается цена дорогих предметов, начинают приниматься за признаки красоты», – пишет Веблен<sup>12</sup>. Подобные рассуждения кажутся крайне современными, а примеры, которые подтвержда-

---

<sup>12</sup> Там же. С. 153, 155.

ли бы актуальность этой тенденции более чем столетней давности, можно отыскать в совсем недавнем прошлом. Во время бума «нулевых» произведения художников, едва ли вписанные в канон традиционной истории искусства, уходили за десятизначные суммы и уже сам этот факт – высокая цена – становился достаточным обоснованием художественного качества.

Дискуссию о мотивациях участников арт-рынка продолжил социолог Пьер Бурдьё и преуспел в том, чтобы перевести ее на новый уровень, обозначив феномен «отрицания экономики». Описанный в работе «Производство веры. Вклад в экономику символических благ» 1977 г., он позволяет лучше разобраться в поведении и сегодняшних покупателей. Торговлю искусством Бурдьё рассматривает прежде всего как торговлю тем, что не продается: «Вызов, который экономики, основанные на отрицании “экономики”, бросают всем разновидностям экономизма, заключается как раз в факте, что они функционируют и могут практически (а не только в представлениях) функционировать только за счет постоянного и коллективного вытеснения из сознания собственно “экономического” интереса и истины практик, которую обнажает “экономический” анализ»<sup>13</sup>. Другими словами, поведение покупателей на рынке искусства объясняется совершенно иными факторами, нежели их поведение

---

<sup>13</sup> Бурдьё П. Производство веры. Вклад в экономику символических благ [Электронный ресурс]. <<http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3056>>.

в обычном экономическом мире. В обычном мире считается совершенно нормальным стремление к прибыли, к получению процентов, тогда как в мире искусства такая мотивация отрицается и даже осуждается. Но осуждение, тем не менее, вовсе не означает, что игроки арт-рынка не могут (или не хотят) получить прибыль. Двойственный характер торговли искусством Бурдые объяснил существованием символического капитала – не имеющего экономического выражения, не осязаемого в финансовом смысле, но опосредованно ведущего к получению экономической прибыли: «Иначе говоря, в стороне от поиска “экономической” прибыли... остается место для накопления символического капитала, как отрицаемого экономического или политического капитала, неузнанного и признанного, а потому легитимного “кредита”, способного при определенных условиях и всегда в свой срок гарантировать “экономические” выгоды»<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Бурдые П. Производство веры...

# 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.