



**САРА ТОРНТОН**

**СЕМЬ ДНЕЙ  
В ИСКУССТВЕ**



Санкт-Петербург

УДК 7.06  
ББК 85.103(3)  
Т 60

Sarah Thornton  
SEVEN DAYS IN THE ART WORLD  
Copyright © 2008 by Sarah Thornton  
All rights reserved

Перевод с английского Анны Обрадович  
Оформление обложки Виктории Манацковой

ISBN 978-5-389-12733-3

© А. Г. Обрадович, перевод, 2013  
© Издание на русском языке,  
оформление.  
ООО «Издательская Группа  
„Азбука-Аттикус“», 2017  
Издательство АЗБУКА®

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Книга «Семь дней в искусстве» посвящена тому замечательному времени, когда художественный рынок переживал настоящий бум, публика хлынула в музеи и многие люди, отказавшись от своих повседневных дел, решились объявить себя художниками. Мир искусства расширялся, набирал обороты, становясь все более ярким, стильным и дорогим. Глобальный экономический кризис положил конец этому периоду, но основные тенденции сохранились.

Современный художественный мир — сеть сообщающихся субкультур, объединенных верой в искусство. Она опутывает весь земной шар, а ее столицы — это Нью-Йорк, Лондон, Лос-Анджелес и Берлин. Конечно, в таких городах, как Глазго, Ванкувер и Милан, тоже есть свое художественное сообщество, но в известном смысле это провинция, и художники редко остаются там, если у них появляется выбор. И все же мир искусства сейчас более полицентричен, чем в XX столетии, когда огромное влияние имел Париж, а затем Нью-Йорк.

Мир искусства «населен» художниками, дилерами, кураторами, критиками, коллекционерами и экспертами аукционных домов. Встречаются и художники-критики, и дилеры-коллекционеры, но, по их собственному признанию, не так-то просто сочетать столь разные роли, и в общественном сознании какая-то из них все-таки доминирует. Быть успешным художником труднее всего, тем не менее главная роль принадлежит дилеру — именно от него зависит расстановка сил. Вот как об этом говорит Джефф По — дилер, чье имя упоминается в нескольких главах книги: «Мир искусства нуждается не в силе, а в контроле. Сила может быть грубой. Контроль деликатнее, прицельнее. Начинается все с художников, поскольку внимание сосредоточено на их произведениях, но художникам необходим честный диалог с участниками процесса. Спокойный контроль, основанный на доверии, — вот что действительно необходимо».

Важно иметь в виду, что *мир искусства* гораздо шире, чем *рынок искусства*. К рынку непосредственное отношение имеют те, кто продает и покупает (дилеры, коллекционеры, аукционные дома), но далеко не все люди искусства напрямую вовлечены в коммерческую деятельность (критики, кураторы и сами художники). Мир искусства — та сфера, с которой связана не только работа, но и жизнь. Это «символическая экономика», где основа товарооборота — обмен мнениями, а ценность — понятие дискуссионное, далеко не всегда соотносящееся с ценой.

Часто говорят, что в мире искусства отсутствует классовая иерархия и что художники, выбившиеся из низов, пьют шампанское с управляющими доходными хедж-фондами, с кураторами крупных музеев, модельерами и прочими представителями «творческой элиты». Однако было бы ошибкой

считать этот мир основанным на равноправии или демократии. Искусство дает не только ощущение новизны, но и ощущение превосходства, эксклюзивности. В обществе, где каждый стремится хоть немного выделиться, это сочетание действует опьяняюще.

Том Вулф назвал бы мир современного искусства «статус-сферой». Он структурируется вокруг довольно расплывчатых и порой противоречивых категорий: слава, доверие, предполагаемая историческая значимость, сложившаяся традиция, образование, интеллектуальность, богатство; важными оказываются и такие критерии, как размер коллекции. Общаясь с разными людьми, я постоянно удивлялась тому, как сильно вопрос статуса волнует всех участников процесса. Дилеры, озабоченные местонахождением своего стенда на ярмарке, и коллекционеры, стремящиеся оказаться первыми в очереди за новым «шедевром», пожалуй, наиболее яркие примеры, но можно привести и другие. Джон Бальдессари, художник из Лос-Анджелеса, чьи мудрые и остроумные замечания не раз цитируются мной, сказал: «Все художники эгоцентристы, но проявляется это по-разному. На меня нападает тоска, когда мне начинают рассказывать про карьерные достижения. Полагаю, значки или ленточки решили бы эту проблему. Если вы выставлялись на биеннале „Уитни“ или в „Тейт“, то приколите значок на лацкан пиджака. Художники могли бы носить лампасы, как генералы, чтобы каждый знал их звания».

Главный постулат мира искусства, вероятно, нужно сформулировать так: нет ничего важнее искусства. Некоторые люди действительно верят в это, другие лишь декларируют. Но в любом случае художественная общественность — как некий чуждый элемент — часто вызывает презрительное и неприязненное отношение.

Когда я изучала историю искусства, мне довелось увидеть многие недавно созданные произведения, однако у меня не было отчетливого понимания процесса: как формируется позитивное или негативное мнение, как работы отбираются на выставки, как попадают на рынок, как продаются и пополняются коллекции. И теперь, когда современному искусству отводится бóльшая часть учебного плана, особенно важно понять контекст, в котором произведение возникает, его оценку и путь от момента создания до появления в постоянной экспозиции музея (или в мусорном контейнере, или еще где-то). Как говорил мне куратор Роберт Сторр (о нем рассказывается в главе «Биеннале»), «функция музея — сделать произведение искусства бесценным: произведение изымается из рыночного оборота и помещается туда, где становится общественным достоянием». Мое исследование показывает, что шедевры действительно создаются — и не только художниками и их помощниками, но и дилерами, кураторами, критиками и коллекционерами, которые «поддерживают» данное произведение. Дело не в том, что искусство само по себе не имеет значения или что работа, попавшая в музей, недостойна там находиться. Отнюдь нет. Просто коллективное мнение не столь примитивно и не столь непостижимо, как можно было бы подумать.

Через всю книгу проходит мысль о том, что современное искусство — это своего рода альтернативная религия для атеистов. Художник Фрэнсис Бэкон однажды сказал: когда человек осознает себя как случайность в общей системе вещей, ему остается только «найти себе какое-нибудь развлечение». А затем добавил: «Живопись, как и искусство в целом, превратилась в игру, способ отвлечься... и художник должен усложнить игру, чтобы быть на высоте». Для мно-

гих людей искусства и ценителей художественного творчества концептуальное искусство — некий экзистенциальный источник, проводник смысла. Здесь требуется вера, но верующий вознаграждается ощущением значимости. Более того, художественные события рождают чувство общности, основанной на единых интересах, и этим они тоже напоминают церковь и иные места ритуальных собраний. Редактор Эрик Бэнкс, появляющийся в пятой главе, доказывает, что социальная ориентированность мира искусства приносит неожиданную пользу. «Люди охотно обсуждают увиденные произведения, — говорит он. — Когда я читаю, скажем, Роберто Боланьо, чаще всего мне не с кем поделиться впечатлениями. Чтение занимает много времени, которое человек проводит наедине с книгой, тогда как изобразительное искусство способствует возникновению неких сообществ».

Несмотря на самодостаточность и сходство мира искусства с тайным обществом, здесь для каждого одинаково важны и признание, и критический анализ. И хотя нестандартность ценится высоко, конформизм тоже дело обычное. Художники стараются «попасть в струю» и таким образом сами же формируют стереотипы. Кураторы стремятся угодить коллегам и музейным советам. Коллекционеры рвут друг у друга из рук произведения нескольких модных живописцев. Критики тоже держат нос по ветру. Оригинальность не всегда вознаграждается, но находятся и те, кто действительно не боится рисковать и делать что-то свое, давая импульс всем остальным.

События, о которых рассказывается в книге, происходили в период оживления художественного рынка. Чтобы выяснить, почему рынок так активизировался в прошедшее десятилетие, вначале нужно ответить на вопрос: почему ис-

искусство приобрело такую популярность? В книге то и дело возникают попытки дать ответ, но это лишь несколько взаимосвязанных гипотез. Прежде всего мы гораздо лучше образованны, чем когда-либо, и больше нуждаемся в культурной продукции. (В США и Великобритании количество людей, получивших высшее образование, за последние десять лет резко увеличилось.) В идеале искусство должно побуждать людей к размышлениям, оно требует от нас энергичного умственного усилия, которое доставляет удовольствие. Поскольку определенные участки культурного ландшафта кажутся «упрощенными», довольно большое число зрителей привлекает территория, где бросается вызов наскучившим традициям. Во-вторых, несмотря на высокий уровень образования, мы стали меньше читать. В нашу повседневную жизнь вошли телевидение и YouTube. Некоторые сокрушаются по поводу «вторичности вербальной информации», в то время как другие отмечают увеличение визуальной грамотности и, как результат, возможность получать интеллектуальное удовольствие от рассматривания изображений. В-третьих, в мире, охваченном глобализацией, изобразительное искусство не знает границ и имеет все шансы для того, чтобы стать международным средством общения, в отличие от других явлений культуры, привязанных к слову.

Как ни странно, одна из причин повышения популярности изобразительного искусства — его дороговизна. Высокие цены на произведения, то и дело мелькающие в новостях, создают представление об искусстве как о предмете роскоши и символе высокого статуса. В период экономического подъема число миллиардеров растет. Как сказала мне Эми Каппеллаццо, сотрудник аукционного дома «Кристи», «если вы уже обзавелись четырьмя домами и самолетом, что дальше?

Искусство тоже обогащает. Почему бы не обратиться к высокому?» Разумеется, число людей, которые не просто коллекционируют, а копят произведения искусства, возросло с сотен до тысяч. В 2007 году на аукционе «Кристи» было продано 793 произведения стоимостью более миллиона долларов каждое. В мире цифровой копируемой продукции уникальные художественные объекты по цене сравнимы с недвижимым имуществом: они кажутся надежным вложением. Аукционные дома начали привлекать людей, раньше не интересовавшихся произведениями искусства. Реальная перспектива выгодно их перепродать породила идею об удачных инвестициях и хорошей ликвидности<sup>1</sup>.

Когда наблюдалась тенденция роста цен, многие были обеспокоены тем, что рыночная стоимость произведения станет главным критерием его оценки. Сейчас рекордные цены — явление довольно редкое, для общественного признания гораздо большее значение имеют благоприятные отзывы критиков, премии и выставки в музеях. Художники уже не так одержимы стремлением продать свои работы. Даже самые опытные дилеры скажут вам, что деньги не являются главной целью художника. Прибыль — недостаточная мотивация для искусства, если оно претендует на то, чтобы сохранить свое отличие от других форм культуры.

Поскольку мир искусства многообразен и абсолютно закрыт, сложно говорить о нем обобщенно и невозможно дать ему по-настоящему объективную оценку. Кроме того, войти в него нелегко. Я попыталась решить эти проблемы, на-

---

<sup>1</sup> Даже во время экономического спада произведения искусства имеют инвестиционную ценность. Кто в 2007 г. мог подумать, что рисунок Виллема де Кунинга станет более надежным вложением, чем акции банка «Lehman Brothers»? — *Примеч. автора.*

писав семь историй, действие которых происходит в шести городах пяти стран. Каждая глава представляет собой отчет об одном дне, что, надеюсь, создаст у читателя ощущение причастности к событиям, происходящим в мире искусства. В основу каждого рассказа положены тридцать-сорок подробных интервью и многие часы «закулисных наблюдений». Хотя такого наблюдателя обычно называют «мухой, сидящей на стене», здесь скорее подойдет метафора «крадущаяся кошка», ибо хороший наблюдатель все же больше похож на бездомную кошку. Она любопытна, общительна и совершенно безобидна. Порой назойлива, но от нее несложно отделаться.

Главы «Аукцион» и «Семинар по критике» следуют друг за другом по принципу контраста. «Аукцион» — детальный отчет о вечерних торгах «Кристи» в Рокфеллеровском центре в Нью-Йорке. На аукционах, как правило, художники не присутствуют, это конечный пункт (кое-кто называет его моргом) для произведения искусства. А в главе «Семинар по критике» рассказывается о легендарном семинаре в Калифорнийском институте искусств — своего рода инкубаторе, где студенты превращаются в художников и изучают основы ремесла. С одной стороны, напор и стремительность, с которыми тратятся огромные суммы на торгах, с другой — неторопливая и не очень обеспеченная жизнь художественной школы. Однако и аукцион, и семинар по критике играют важную роль в понимании того, как устроен мир искусства.

Главы «Ярмарка» и «Мастерская» также представляют два противоположных явления, одно из них относится к сфере потребления, другое — к сфере производства. Если мастерская — это лучшее место для изучения творческого метода художника, то ярмарка — это потрясающее шоу, где

толпы людей и изобилие работ мешают сосредоточиться на конкретном произведении. Действие в главе «Ярмарка» происходит в Швейцарии в день открытия «Арт-Базеля». Знаменитому художнику Такаси Мураками, мелькнувшему в Базеле, посвящена глава «Мастерская», где описаны его студии и литейный цех в Японии. По размаху превосходящие «Фабрику» Энди Уорхола, студии Мураками — не просто помещения, где создаются произведения искусства, но и пространства для демонстрации новых проектов и площадки для переговоров с кураторами и дилерами.

Четвертая и пятая главы, «Премия» и «Журнал», — это истории о дебатах, судействе и публичных выставках. В четвертой главе рассказывается о британской премии Тёрнера, точнее, о том дне, когда жюри во главе с директором галереи «Тейт» Николасом Серотой принимает окончательное решение, кто же из четырех вошедших в шорт-лист претендентов взойдет на подиум во время церемонии награждения и получит чек на 25 тысяч фунтов стерлингов. Здесь речь идет о конкуренции среди художников, о роли поощрения в их карьере и о взаимодействии между музеями и СМИ.

В главе «Журнал» я рассматриваю разные мнения о значении критики и о том, может ли она быть беспристрастной. В первую очередь меня интересует редакция профессионального глянцевого журнала «Арт-форум интернешнл», также я беру интервью у влиятельных критиков, таких как Роберта Смит из «Нью-Йорк таймс», попадаю на собрание искусствоведов, чтобы узнать их точки зрения. В главе рассказывается и о том, как обложки журналов и газетные обзоры открывают художникам и их произведениям двери в историю искусства.


Действие последней главы, «Биеннале», разворачивается в Венеции — в хаосе старейшей международной выставки такого рода. Казалось бы, Венецианская биеннале должна быть сродни карнавалу, но на самом деле для профессионалов это очень серьезное мероприятие, и необходимость делового общения мешает в полной мере сосредоточиться на искусстве. Однако я отдаю должное тем кураторам, у которых это все же получается. В главе также нашли место размышления о роли прошлого в осмыслении современности.

Структура книги, состоящая из семи глав, отражает мой взгляд на мир искусства не как на «систему» или отлаженный механизм, а как на довольно противоречивое соединение субкультур, каждая из которых охватывает различные аспекты жизни искусства. Все, кому в книге предоставлено слово, согласны, что искусство должно будить мысль, но в главе «Аукцион» оно позиционируется главным образом как предмет роскоши и выгодное вложение денег. В главе «Семинар по критике» искусство — это интеллектуальное усилие, стиль жизни, занятие. В главе «Ярмарка» искусство — фетиш, хобби, то есть товар, как и на аукционе, пусть здесь и царит несколько иная атмосфера. В главе «Премия» искусство — музейный аттракцион, сюжет для СМИ, свидетельство признания художника. В главе «Журнал» — это повод высказаться, тема для обсуждения, предмет рекламы. В главе «Мастерская» соединяются вместе все значения, о которых сказано выше, — вероятно, в этом и кроется секрет обаяния Мураками. Наконец, в главе «Биеннале» искусство — повод для того, чтобы завязать контакты, предмет всеобщего интереса и главная составляющая отличного шоу.

«Семь дней в искусстве» могут показаться читателям неделей, насыщенной событиями, для меня же это был дли-

тельный, медленно продвигающийся проект. Раньше, занимаясь другими антропологическими исследованиями, я погружалась в ночной мир лондонских танцевальных клубов или тайно работала «бренд-пленэристом» в рекламном агентстве. Несмотря на то что мне была невероятно интересна каждая деталь окружающей обстановки, со временем мне все это надоедало. Но мир искусства, при всех тяготах моих исследований, по-прежнему пленяет меня. Несомненно, одна из причин этого — его чрезвычайная сложность. Другая — в стирании границ между трудом и игрой, локальным и интернациональным, культурным и экономическим. А посему я полагаю, что мир искусства — прообраз социальных моделей будущего. И хотя многие любят его ругать, я должна согласиться с издателем журнала «Арт-форум» Чарльзом Джуарино: «Здесь я нахожу родственные души — чудаковатых, невероятно образованных, анахроничных, анархичных людей, и я счастлив». И последнее, что надо сказать: когда разговоры заканчиваются и люди расходятся по домам, какое блаженство остаться в зале — одной, среди прекрасных произведений искусства!

## **1. АУКЦИОН**



**16 часов 45 минут**, ноябрьский день в Нью-Йорке. Кристофер Бёрг, ведущий аукционист «Кристи», проверяет звук. Пятеро рабочих с рулетками, ползая на коленях, измеряют расстояния между рядами стульев, чтобы разместить в зале как можно больше богатых клиентов. Картины успешных художников<sup>1</sup>, вроде Сая Твомбли и Эда Рушея, висят на обтянутых бежевой тканью стенах. Злопыхатели называют этот интерьер «траурным залом премиум-класса», но другим нравится его ретро-модернистский стиль в духе 1950-х годов.

Опираясь о кафедру темного дерева, Бёрг с легким английским акцентом выкрикивает цены в пока еще пустой зал: «Один миллион сто. Один миллион двести. Один миллион

---

<sup>1</sup> В оригинале использовано выражение «голубые фишки» (blue-chip): в казино фишки этого цвета обладают наибольшей ликвидностью в игре. — *Примеч. переводчица.*

триста. Это я с покупателем от Эми, по телефону. Не с вами, сэр. И не с вами, мадам». Он улыбается. «Один миллион четыреста тысяч долларов, дама в последнем ряду... Один миллион пятьсот. Спасибо, сэр». Аукционист делает вид, что просматривает имена в телефонном списке, который будет подготовлен сотрудниками «Кристи» к началу торгов. Он спрашивает у зала, будут ли новые ставки, терпеливо ждет, кивает в подтверждение того, что телефонный покупатель не пойдет дальше, и снова обращается к залу, дабы разгадать психологию воображаемых покупателей. «Готово? — спрашивает он ласково. — Продаю... Один миллион пятьсот тысяч долларов, джентльмену в проходе». И Бёрг ударяет молотком так резко, что я подпрыгиваю.

Удар молотка подтверждает окончание сделки, это подведение итогов каждого лота и своего рода наказание тем, кто не предложил более высокую цену. Словно коварный искуситель, вкрадчивым голосом Бёрг говорит: «Эта уникальная вещь могла быть вашей, разве она не прекрасна, видите, как много желающих ее иметь, присоединяйтесь, активнее, не беспокойтесь о деньгах...» Так вмиг он способен задеть за живое каждого, за исключением предложившего самую большую сумму, как будто весь соблазн и жестокость художественного рынка воплотились в продаже одного лота.

Пустой зал — это мизансцена страшного сна, которая сближает аукционистов с актерами. И те и другие стремятся полностью раскрыться перед аудиторией. Однако чаще всего Бёрга преследует кошмар, что его записи невозможно разобрать и он не может вести аукцион. «Там сотни людей,

они пришли, волнуются, — объясняет Бёрг. — Такое бывает: актера уже объявили, а он просто не может выйти на сцену. А я не могу начать, поскольку ничего не пойму в собственных записях».

Многим до смерти хотелось бы заполучить «секретную книгу» Бёрга. Это своего рода сценарий торгов, и сегодня он насчитывает шестьдесят четыре страницы — по одной на лот. На каждой странице представлен аннотированный план зала: отмечено, кто где сидит, от кого можно ждать предложения и является ли этот человек настойчивым покупателем, или он охотник за легкой добычей. Еще на каждой странице Бёрг записывает цену, назначенную продавцом (ниже которой произведение не может быть продано), суммы, названные отсутствующими покупателями, а также для 40 процентов лотов — гарантии, или страховые суммы, полагающиеся за работу продавцу, независимо от того, купят вещь или нет.

Два раза в году (в мае и ноябре) в Нью-Йорке и три раза в году (в феврале, июне и октябре) в Лондоне «Кристи» и «Сотби» соответственно проводят свои основные торги современным искусством. Вместе они контролируют 98 процентов мирового аукционного художественного рынка. Слово «торги» подразумевает скидки и распродажи, но целью аукционных домов является достижение самой высокой прибыли. Более того, именно эти экстраординарные суммы превратили аукционы в зрелищный вид спорта для высшего общества. Сегодня вечером предполагается диапазон цен начиная от 90 тысяч долларов и до столь высоких, что они доступны только «по требованию».

«К началу торгов, — объясняет Бёрг, — я готовлюсь, прилагая все усилия. Я репетирую по пятьдесят раз, до сумасшествия, прокручиваю в голове все возможные нюансы». Бёрг поправляет галстук и приводит в порядок свой темно-серый пиджак. У него самая обычная стрижка — к этому описанию нечего добавить, — отличная дикция и сдержанные жесты. «На вечерних торгах, — продолжает он, — публика потенциально недоброжелательная. Настоящий Колизей, где судьбу проигравшего решает направленный вверх или вниз большой палец. Они жаждут настоящей катастрофы, моря крови, чтобы воскликнуть: „Унесите!“ Или рекордных цен, сильного возбуждения, множества смешных ситуаций — отличного театрального представления».

Бёрг имеет репутацию лучшего аукциониста в этом бизнесе благодаря неподдельному обаянию и способности контролировать зал. Мне он напоминает уверенного дирижера оркестра или церемониймейстера, которому не прекословят, а вовсе не жертву гладиаторских боев. «Если бы вы только знали, как я боюсь, — оправдывается он. — Аукцион — одно из самых скучных занятий, известных человечеству. Люди сидят в течение двух часов, слушают этот идиотский гул. Жарко. Неудобно. Все хотят спать. Это большое испытание для наших сотрудников и суций ужас для меня». — «Но вам, похоже, не скучно», — возражаю я. «Это все виски», — говорит он, вздыхая.

Воображение Бёрга не ограничено теми ценами, которые он объявляет. Даже в самой консервативной сфере мира искусства его участники имеют характер. С виду Бёрг самый обыкновенный человек, но его внешняя заурядность — од-

на из составляющих хорошо продуманного имиджа: «Очень важно вести себя естественно, чтобы не выглядеть карикатурно. У нас есть небольшой штат инструкторов и репетиторов, занимающихся постановкой голоса, которые следят за нами. Нас записывают на видео, а потом критикуют, что помогает избавиться от слов-паразитов, излишнего жестирования и других недостатков».

Давление общественного мнения — это нечто относительно новое для такого рода деловых отношений в современном искусстве. До конца 1950-х годов картины художников, живущих и здравствующих, не продавались публично, под фанфары. Например, карьера Пикассо складывалась в частных кругах. Люди могли знать его как знаменитого художника и при этом посмеиваться: «Мой ребенок нарисует так же», но их никогда не волновала стоимость его работ — она была им неизвестна. Теперь о художниках пишут на первых полосах газет только потому, что их произведения продают за баснословные суммы на аукционах. Более того, с момента, когда работа покидает мастерскую художника, до ее публичной перепродажи проходит все меньше и меньше времени. Потребность коллекционеров в новом, свежем, молодом искусстве, как никогда, высока. Но, по словам Бёрга, это и проблема притока произведений: «В обращении остается все меньше произведений прежних эпох, а значит, наш рынок все больше приближается к сегодняшнему дню. Из оптового магазина подержанных вещей мы превращаемся в нечто вроде предприятия эффективной розничной торговли. Дефицит старых вещей помогает привлечь внимание к новым работам».

Бёрг прощается, чтобы перейти к решающему моменту перед торгами, когда он утвердит каждую сумму и добавит последние детали в свою книгу секретов рынка, — подлинный репортаж с места событий. «Непосредственно перед началом аукциона мы обычно уже имеем представление о том, как пройдут торги, — говорит сотрудник „Кристи“. — Мы берем на заметку каждый запрос о состоянии и реставрации произведения. Мы в лицо знаем большинство наших покупателей. Сложно сказать, кто из них будет резко нажимать на педаль, но уже понятно, кто на что претендует».

Аукционные дома всегда следовали неписаному правилу — не продавать предметов искусства, возраст которых менее двух лет: невыгодно, наступая на пятки дилерам, заниматься продажей произведений «без истории». Кроме того, современные художники, за некоторыми существенными исключениями вроде Дэмиена Хёрста, производят впечатление людей непредсказуемых и сложных. Как сказал мне в частной беседе сотрудник «Сотби», «мы ведем дела не с художниками, а только с их произведениями, и это хорошо. Я потратил на художников уйму времени, и это ужасный геморрой». Таким образом, смерть художника подводит итоговую черту: можно оценить его творчество в целом и при этом обозначить перспективы его продаж.

Большинство художников никогда не участвовали в аукционах и не особенно к этому стремятся. Их не устраивает, что аукционные дома рассматривают искусство как любой другой товар. В аукционном мире говорят об «имуществе», «ценных вкладах» и «лотах» столько же, сколько о картинах, скульптурах и фотографиях. На аукционах определяют ско-

рее «стоимость», нежели «достоинство». Например, «хороший Баския» 1982 или 1983 года — это картина, где на красном фоне изображены голова и корона. Главное здесь — не в содержании произведения искусства, а в его уникальных продажных качествах, которые ведут к возведению в фетиш самых первых намеков на бренд или индивидуальный стиль художника. Парадоксально, но сотрудники аукционных домов чаще других в мире искусства используют такие романтические понятия, как «гениальность» и «шедевр», входящие в их профессиональную риторику.

Первичные дилеры — представляющие художников, организующие выставки их новых работ и помогающие им выстроить карьеру — склонны воспринимать аукционы как нечто аморальное и даже вредное. Как выразился один из них, «только две профессии приходят на ум, если место, где заключаются сделки, называют домом». Дилеры вторичного рынка, напротив, редко имеют дело с художниками, они работают в тесном контакте с аукционными домами и активно участвуют в торгах.

Первичные дилеры обычно пытаются избежать покупателей, затем «сплавляющих» произведения искусства на аукционы; так им удастся сохранить контроль над ценами на работы своих подопечных. Хотя высокие ставки на аукционах иногда позволяют первичному дилеру увеличить стоимость произведений художника, это может разрушительно повлиять на карьеру последнего. Многие воспринимают аукционы как барометр рынка. Востребованность художника повышается, если он устраивает персональную выставку в крупном музее, но уже через пару лет может не найтись

желающих приобрести его работы. Если это происходит на аукционе, то произведение ожидает унижительный «выкуп» (выражение, используемое в случае, когда лот не удастся продать даже за начальную цену). Аукционы усиливают эти резкие колебания спроса: по результатам торгов становится известно, что художник, за чьи картины прежде охотно платили по полмиллиона долларов, на этот раз не был востребован. Рекордная цена «вдыхает жизнь» в восприятие произведения искусства, тогда как «выкуп» подобен смерти.

**17 часов 30 минут.** Моя задача — взять интервью у Филиппа Сегало, консультанта по вопросам искусства. Я тороплюсь и потому бегу мимо Жилия, швейцара «Кристи», через вращающиеся двери попадаю на Западную 49-ю улицу и ухитряюсь войти в кафе на тридцать секунд раньше Сегало. Он работал в «Кристи», а теперь является совладельцем преуспевающего консалтингового агентства, носящего название «Жиро, Писсарро, Сегало». Он относится к тому типу игроков, которые при финансовой поддержке клиентов могут «создавать рынок» для художников.

Мы оба заказываем рыбное карпаччо и газированную воду. Хотя Сегало одет в обычный темно-синий костюм, его волосы уложены в пышную прическу — это не имеет ничего общего с модой, но отвечает его собственному представлению о стиле. Сегало никогда не изучал искусство. Он имеет диплом магистра делового администрирования, работал в отделе маркетинга «L'Oréal» в Париже. «Я не случайно перешел из косметики в искусство, — объясняет он. — Мы

имеем дело с красотой — с вещами, которые не являются необходимыми, мы занимаемся условностью».

Сегало говорит очень быстро и возбужденно, на ярко выраженном франгле<sup>1</sup>. Он давний советник миллиардера Франсуа Пино, который добился успеха своими собственными силами. Пино, будучи одновременно владельцем «Кристи» и крупнейшим коллекционером, вооружен обоюдоострым мечом на художественном рынке<sup>2</sup>. Когда Пино дает гарантию произведению искусства для «Кристи», то либо делает деньги на продаже, либо, если лот подлежит выкупу, добавляет в свою коллекцию еще одну вещь. «Франсуа Пино — мой любимый коллекционер, — признается Сегало. — Он испытывает истинную страсть к современному искусству и обладает уникальным чутьем на шедевры. Он разбирается в качестве. У него потрясающий глаз». Создание ореола таинственности вокруг коллекций, с которыми работает консультант, — неотъемлемая часть его деятельности. Любое произведение искусства, приобретаемое Пино, получает дополнительную ценность благодаря принадлежности к его коллекции. Имя художника играет главную роль, но важно и то, через чьи руки прошла картина, — это может увеличить ее стоимость. Само собой разумеется, что каждый, кто имеет отношение к художественному рынку, расхваливает свои деловые контакты.

<sup>1</sup> *Франгле* — соединение слов «français» и «anglais»; ироничное название французского языка, содержащего много английских слов и выражений. — *Примеч. переводчика.*

<sup>2</sup> В 2007 г. Пино, согласно списку миллиардеров журнала «Форбс», занимал 34-е место в мире. Он является владельцем многих холдингов, производящих элитные товары, в том числе брендов «Gucci», «Yves St. Laurent», «Sergio Rossi», «Balenciaga» и «Château Latour». — *Примеч. автора.*

Пино — один из двадцати коллекционеров, с кем Сегало и его партнеры работают на постоянной основе. «Лучше всего в мире искусства, безусловно, быть коллекционером, — объясняет Сегало. — На втором месте мы. У нас люди приобретают вещи, которые мы и сами купили бы, если бы могли себе это позволить. Мы живем рядом с произведениями искусства пару дней или недель, но в конце концов они уходят, что приносит нам громадное удовлетворение. Иногда становится очень завидно, хотя в этом и заключается наше ремесло — найти вещь и покупателя, подходящие друг другу».

Откуда Сегало узнаёт, что натолкнулся на нужную вещь? «Ты что-то чувствуешь, — говорит он взволнованно. — Я никогда не читал об искусстве. Меня не интересует литература об искусстве. У меня есть все художественные журналы, но я их не читаю. Я не хочу попадать под влияние обзоров. Я смотрю, наполняюсь образами. Совсем не нужно много говорить об искусстве. По моему убеждению, великое произведение скажет само за себя». Доверие своему внутреннему чутью свойственно большинству коллекционеров, консультантов и дилеров, и они любят поговорить об этом. Тем не менее редко можно найти профессионала в этой сфере, готового признать, что он не читает об искусстве. Сегало бравирует. Подавляющее большинство подписчиков на художественные журналы просто просматривают в них иллюстрации, и многие коллекционеры жалуются, что статьи об искусстве, особенно в «Арт-форуме», ведущем специализированном журнале, невозможно читать. Однако большинство консультантов гордятся своими подробными исследованиями.

**Торнтон С.**

**Т 60** Семь дней в искусстве / Сара Торнтон ; пер. с англ. А. Об-  
радович. — СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2017. — 352 с. +  
вкл. (16 с.).

ISBN 978-5-389-12733-3

Сара Торнтон — известная британская журналистка и социолог. Ее книга «Семь дней в искусстве», увидевшая свет в 2008 г., сразу стала мировым бестселлером. Автора интересует не столько внешняя сторона жизни художественного бомонда, сколько механизмы, влияющие на развитие искусства, формирующие художественный рынок и определяющие место художника в этих процессах. Семь глав книги посвящены разным сторонам жизни искусства и разным профессиональным «субкультурам», писательница рассказывает о своих встречах с художниками, дилерами, кураторами, критиками, коллекционерами и экспертами аукционных домов. Это не просто серия точных репортажей с мест событий (будь то Венецианская биеннале или аукцион «Кристи»), но аналитическое исследование, затрагивающее вечные, всегда актуальные вопросы: «Кто такой художник?», «Какое произведение является великим?», «Как научиться понимать искусство?».

УДК 7.06  
ББК 85.103(3)

Литературно-художественное издание

**САРА ТОРНТОН**  
**СЕМЬ ДНЕЙ В ИСКУССТВЕ**

Редакторы Татьяна Шушлебина, Алла Степанова  
Художественный редактор Виктория Манацкова  
Технический редактор Татьяна Раткевич  
Компьютерная верстка Михаила Львова  
Корректоры Светлана Федорова, Татьяна Бородулина

Главный редактор Александр Жикаренцев

Подписано в печать 27.03.2017. Формат издания 70 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Печать офсетная.  
Тираж 2000 экз. Усл. печ. л. 25,07 (включая вкл.). Заказ №

Знак информационной продукции  
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.):

12+

ООО «Издательская Группа „Азбука-Аттикус“» –  
обладатель товарного знака АЗБУКА®  
119334, г. Москва, 5-й Донской проезд, д. 15, стр. 4

Филиал ООО «Издательская Группа „Азбука-Аттикус“» в Санкт-Петербурге  
191123, г. Санкт-Петербург, Воскресенская наб., д. 12, лит. А

ЧП «Издательство „Махаон-Украина“»  
04073, г. Киев, Московский пр., д. 6 (2-й этаж)

Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами  
в ООО «ИПК Парето-Принт».  
170546, Тверская область, Промышленная зона Боровлево-1, комплекс № 3А.  
[www.pareto-print.ru](http://www.pareto-print.ru)

ПО ВОПРОСАМ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ОБРАЩАЙТЕСЬ:

В Москве: ООО «Издательская Группа „Азбука-Аттикус“»  
Тел.: (495) 933-76-00, факс: (495) 933-76-19  
E-mail: [sales@atticus-group.ru](mailto:sales@atticus-group.ru); [info@azbooka-m.ru](mailto:info@azbooka-m.ru)

В Санкт-Петербурге: Филиал ООО «Издательская Группа „Азбука-Аттикус“»  
Тел.: (812) 327-04-55, факс: (812) 327-01-60. E-mail: [trade@azbooka.spb.ru](mailto:trade@azbooka.spb.ru); [atticus@azbooka.spb.ru](mailto:atticus@azbooka.spb.ru)

В Киеве: ЧП «Издательство „Махаон-Украина“»  
Тел./факс: (044) 490-99-01. E-mail: [sale@machaon.kiev.ua](mailto:sale@machaon.kiev.ua)

Информация о новинках и планах на сайтах: [www.azbooka.ru](http://www.azbooka.ru), [www.atticus-group.ru](http://www.atticus-group.ru)

Информация по вопросам приема рукописей и творческого сотрудничества  
размещена по адресу: [www.azbooka.ru/new\\_authors/](http://www.azbooka.ru/new_authors/)



AAAT2084501R