

ПЕРЕДМОВА

Ціноутворення в галузі мистецтва – категорія, яка належить до важко оцінюваних. Складання ціни показує: зв'язок з рівнем життя суспільства; вплив моди; соціальний статус художника, економічний стан, який або сприяє розвитку арт-ринку, або гальмує його, наявність мережі мистецьких інституцій. На унікальність творів мистецтва указував шотландський економіст і філософ, засновник сучасної економічної теорії Адам Сміт, заперечуючи можливість їхньої об'єктивної оцінки.

Процес ціноутворення в галузі мистецтва не тільки не співпадає з тенденціями ціноутворення в галузі промисловості, але й детермінований особливостями, характерними для результатів інтелектуальної праці. Не співпадає тут практика складання єдиних цін через унікальність та неповторність створених мистецьких артефактів, а також через нестійку динаміку арт-ринку.

Складність в ціноутворенні в галузі мистецтва полягає в тому, що на ціну суттєве, а інколи – і визначальне значення має не витрата часу на твір мистецтва, а його художньо-естетичне значення. Підтвердженням цієї тези слугує стаття про Уїстлера. Інколи це може стати суттєвим чинником, наприклад, у монументальному живописі та скульптурі. Це можна віднести й до матеріалів (фарби, полотно, папір), ціна на які з часів античності до промислової революції в Європі суттєво впливала на ціноутворення.

Принципову різницю має процес ціноутворення, який складається між продавцем, художником і покупцем; художником, дилером і покупцем; художником, аукціоном і покупцем. Всі ланки в цих взаємовідношеннях впливають, а інколи й визначають кінцеву вартість твору, до якої входять вартість і плата за посередництво. Ілюструють ці процеси статті про російського колекціонера П.Третякова та французького арт-дилера П. Дюран-Рюеля.

Якщо ціни на антикваріат здебільшого регулюються аукціонами, то ціни на сучасне мистецтво потребують інших підходів, в результаті чого останнім часом з'явилися нові стандарти і методики оцінювання творів мистецтва.

Грунтовним підходом відзначається модель оцінки художніх активів, яку розробила австрійська компанія Kunst Asset Management GmbH. До її банку активів попадають лише такі твори, вартість яких сягає не менше одного мільйона доларів США. За оцінками її фахівців вартість світових арт-активів у галузі живопису становить 250 млрд. USD. Обсяг аукціонної торгівлі творами мистецтва коливається у межах 6 млрд USD. У своїх розвідках автор користується відомостями цієї компанії, почерпнутими з видання «Керівництво з інвестування на ринку предметів мистецтва» (2006).

Крім історичної ретроспекції автором залучені відомості щодо продажу мистецьких творів на сучасних аукціонах, що дозволяє прослідкувати динаміку росту цін на твори митця.

На противагу науковим підходам у галузі ціноутворення на мистецькі твори можна навести слова американського арт-дилера швейцарського походження Сімона де Пюрі, засновника аукціонного дому Phillips de Pury & Company : *«Встановлювати вартість твору мистецтва – теж мистецтво, і ніякої науки»*. У деяких сучасних працях з питань ціноутворення проблема ціни розглядається під кутом її символічного, ірраціонального значення. Подібний підхід до оцінки твору мистецтва спостерігається і в минулі часи, коли вирішальне значення мали такі чинники, як суб'єктивність сприйняття мистецтва та символізація стосунків між покупцем і художником.

Проте, безцінним матеріалом залишаються історичні відомості щодо цінової політики минулих століть, почерпнуті з «перших рук» від сучасників художника, його реакція на першу оцінку твору. Розгляд питань щодо складання ціни на твори мистецтва в історичному розрізі показує процес зародження ціноутворення з точки зору розуміння ціни автором твору, експертами, дилерами та покупцем. Купівля-продаж твору мистецтва може розглядатися і як інвестиційний процес, контури якого окреслюються у ХХ ст. Цими аспектами обумовлювався монографічний підхід автора до написання статей, які охоплюють історичний проміжок часу від епохи Відродження до другої половини ХХ ст.

Основний корпус текстів склали статті, написані автором до всеукраїнського часопису «Галерея» упродовж 2000-х -2010-х років. Три з них («Дідро: “Є велика різниця в ціні того ж самого предмета”»; «Т. Шевченко: “Наперед не бери незароблених грошей”», «Малевиц: “Заробити супрематизмом не можна”») були підготовлені, але не надруковані. У цьому збірнику вони друкуються уперше. Статті в основному друкуються без змін, іноді внесені незначні правки. Уривки з листів друкуються у перекладі автора.

Активізації щодо написанню цих статей передувало читання лекцій з курсу «Арт-менеджмент» в Українській академії банківської справи Національного банку України та на курсах артшколи Асоціації арт галерей України у 2000-х – початку 2010-х рр. на тему: «Основні механізми в ціноутворенні на твори мистецтва. Ціни на антикваріат і сучасне мистецтво», «Корпоративні колекції, принципи створення та функціонування».

Під час написання статей автор відчував підтримку мистецтвознавця і галериста Олексія Титаренка, художника і мистецтвознавця Гліба Вишеславського, президента Асоціації артгалерей України та Центру сучасного мистецтва Совіарт Віктора Хаматова, за що й висловлює їм щиро подяку.



СТО ВІДЕР ХІОСЬКОГО ВИНА ЗА СКУЛЬПТУРУ ТА ЧИН ПОЛКОВНИКА ЗА РОЗПИС ПЛАФОНА

Одним з складових чинників художнього ринку є ціноутворення. Важливим видається не тільки художній рівень, але й ринкова вартість твору мистецтва, грошовий еквівалент – чинник, який дає змогу говорити про цей твір із погляду його комерційного обороту. Ціновий рух відображає кон'юнктуру арт-ринку: попит на роботи того чи іншого автора, групу творів, що певною мірою показує зміну і соціальної оцінки. Але як оцінювався мистецький твір? Виявилось, що процес ціноутворення на твори мистецтва має свою історію і триває вже протягом тисячоліть. У коротких нотатках спробуємо прослідкувати зміни, що відбувалися в оцінці праці митця.

Поєднання багатьох чинників при формуванні першопочаткової, стартової ціни не тільки показує її зв'язок із рівнем життя суспільства, впливом моди, а й співвідноситься із соціальним статусом художника. Державний устрій Давнього Єгипту безпосередньо вплинув на соціальну орієнтованість мистецтва. Основним його завданням було прославлення фараона та обслуговування релігійного культу. Головним замовником і споживачем мистецтва була верхівка суспільства. Статус художника прирівнювався до статусу ремісника, і відповідно оцінювалася й оплачувалася його робота. За розписаний тюк тканини художник Маанактеф одержав овочі, корзинки і дерев'яний саркофаг, а за розпис саркофага – тюк тканини, плетене ложе, мідне блюдо і фрукти.

Значно розширилося коло замовників в античному світі. Змінився й сам характер оплати праці художника, пов'язаний

із запровадженням у державі грошової одиниці, а головне – із ставленням суспільства до художника як до особистості-творця. Це, у свою чергу, позначилося й на оплаті праці митця, який часом отримував значну винагороду, як, наприклад, скульптор Фідій. Недосяжним за майстерністю був і живописець Зевксис. За свідченням римського історика й ученого Плінія Старшого, *«він вирішив дарувати свої твори, тому що, говорив він, вони не можуть бути куплені ні за якою достатньо високою ціною»*. Наявність величезної кількості творів скульптури і живопису давала можливість досить дорого оцінювати їх. Діоген Лаєрський згадує про статую в натуральну величину, продану за 3000 драхм. Стільки ж коштував міський будинок. На ці гроші можна було придбати (в V ст. до н. е.) сто відер найякіснішого хіоського вина або 60 биків. У перерахунку на російський рубль у цінах 1913 р. ця сума еквівалентна приблизно 720 рублям. Хто міг дозволити собі придбати статую за такі гроші? Поняття багатства асоціювалося із сумою, більшою за 100 талантів (600 тисяч драхм). Однак такими грішми мало хто володів, більшість задовольнялася статками від 2 до 3 тисяч драхм, і, в такому разі, скульптура вже оцінювалася в ціле багатство.

Мистецтво Давнього Риму спиралося на давньогрецьку мистецьку спадщину. Та домінувало прагнення до військової слави, яке ставало змістом життя. Байдужість до естетичної сторони мистецтва у римлян поєднується з жадібністю, прагненням до володіння чимось небаченим. Витрачаються величезні гроші на різноманітні забаганки, в тому числі й на придбання творів мистецтва. Марк Агриппа – «суворого духу людина» – купив дві картини за 1 млн 200 тис. сестерціїв. Принцепс Тиберій придбав картину афінського художника Паррасія, сучасника і суперника Зевксиса, за 6 млн сестерціїв і *«заточив у спальню»*. Коли до Риму потоком ринули грецькі статуї і картини, багато хто захотів мати їх повторення, копії. Розвивається колекціонування. Смаки колекціонерів впливають і на ціну. Раптом починають високо цінуватися картини грецького живописця Перейка, якому дали прізвисько *«живописця сніття»* за звернення до *«нижчих»* жанрів.

Взаємовідносини між художником і замовником в епоху Відродження, які спиралося на культурну спадщину античного світу, вже регламентувалися контрактною системою. Речі роблять-ся виключно на замовлення. Однак при визначенні вартості

скульптури, спостерігаємо деяку усереднену систему оцінювання, яка програє порівняно з античністю. Незалежно від авторства, мармурова скульптура в XV ст. коштувала в середньому 100-120 флоринів. Невелика за розміром живописна композиція – від 40 до 80 флоринів; вітвар – близько 120-150 флоринів. З одного боку – це чималі гроші, якщо врахувати, що за 150 флоринів у ті часи можна було купити будинок. З іншого – університетські викладачі за рік мали платню від 500 до 2000 флоринів, що незрівнянно вище навіть із погляду витрат часу на виготовлення скульптури (близько року), вітваря (до двох років). А якщо врахувати, що з цієї суми (150 флоринів) близько третини йшло на оплату матеріалів (фарба, дерево), то побачимо, що винагорода праці італійських художників раннього Ренесансу прирівнювалася до оплати праці висококваліфікованих ремісників. Крім того, цехова середньовічна община передбачала оплату відповідно до рівня майстерності ремісника, незалежно від його спеціалізації.

Форма оплати твору мистецтва, що склалася на середину XV ст. і була орієнтована лише на відшкодування затрат на матеріали та облік затраченого на його виробництво часу. Тільки потім став враховуватися факт авторського виконання «*все своєю рукою*». Рівень оцінювання праці художника суттєво змінюється в XVI ст., коли оплата творів Леонардо да Вінчі, Мікеланджело, Рафаеля робить їхні гонорари дуже високими, даючи тим самим змогу зосередитися на суто творчих проблемах. Однак те, що з-під пензля цих майстрів вийшла відносно невелика кількість творів станкового живопису, призвело згодом до небувалого зростання цін на них. Замовниками, покупцями і колекціонерами стають папи, герцоги, князі, королі. Поступово поширившись і на інші європейські країни, колекціонерство активно впливає на формування цін на світовому антикварному ринку, який, між іншим, не відзначався особливою стабільністю.

У XVII ст. Голландія стає великою державою. Дух наживи, характерний для цього часу, поширюється на ставлення до мистецтва. Картини стають предметом торгівлі. Зростає роль посередника. Основним покупцем стає міський житель. Мало в якому будинку Амстердама або Дельфта немає картин – прикрас інтер'єрів. Основною вимогою до творів мистецтва з боку покупця стає висока майстерність їх виконання. Цінується унікальність, неповторність роботи. Розвиток портретного мистецтва

приводить і до розквіту так званого групового портрета. На кінець 30-х рр. XVII ст. перебуваючи в zenіті слави, найдорожчим портретистом в Амстердамі стає Рембрандт. За груповий портрет «Нічний дозор» (1642) він отримує 1600 гульденів, що складо суму внеску кожного із 16 учасників, зображених на портреті, по 100 гульденів. Проте якби хтось із них захотів замовити художнику свій портрет, це коштувало б йому 400–500 гульденів. У цей же час істотно знижуються ціни на портрети іншого великого портретиста Франса Хальса. Врешті-решт це призвело до того, що художник змушений був просити у гарлемського магістрату «грошової субсидії і палива». Серед покупців картин Яна Вермеєра Дельфтського були художники, антиквари і навіть... булочник. Але у кінці XIX ст., після «відкриття» Вермеєра, ціни на його роботи стають неймовірними.

Потреба в творах мистецтва серед голландського населення, яке іноді ладне було зменшити витрати на харчування заради придбання картин, викликає таке насичення ними, що роботи продають навіть на базарах. Унаслідок цього арт-ринок виявився вщерть переповненим. Ціни на картини падають, позбавляючи деяких авторів можливості існування тільки за рахунок проданих робіт.

«Дуже дорого», за словами одного із сучасників, цінувалися твори «бога живопису» фламандця Пітера Пауля Рубенса. За деякі картини він отримував близько 1000–1200 гульденів залежно від розмірів. Праця позолотника рам у цей час оцінювалася у 100 гульденів. У цю суму входила і вартість самої позолоти. Як бачимо, оцінка праці художника вже суттєво вища за працю ремісника.

Зміни у ціновій політиці в 2-й пол. XVII ст. характеризуються великим попитом на салонне мистецтво споживача, як правило, далекого від серйозних мистецьких пошуків. Цим значною мірою пояснюються матеріальні труднощі, а потім і фінансовий крах таких великих художників, як Рембрандт, Хальс, Якоб ван Рейсдаль. Падіння цін на картини пов'язане і з економічною кризою, яка спіткала Голландію внаслідок війни з коаліцією європейських держав. Цій країні випала доля і сприяти колекціонуванню у Російській імперії. Нестримне прагнення Петра I змінити зовнішній та і внутрішній вигляд Росії втілювалося і в його інтересі до мистецтва. Перебуваючи в Голландії, він, за словами німецького історика Якоба Штеліна, зробив «значний

запас брабантських, італійських і французьких картин». Його агенти активно скуповували в Італії мармурові скульптури, а самого Петра I часто можна було бачити на аукціонах в Амстердамі, де він робив покупки для своєї резиденції в Петергофі.

«Жадібно» захоплювалася збиранням картин Катерина II, яка не скупилася на кошти для задоволення цієї пристрасті. Її довіреному мистецькому агенту в Європі дипломату Д. Голіцину не було рівних в аукційній боротьбі. За свій портрет на весь зріст, в якому *«видно багато доброго смаку»*, імператриця *«послала в подарунок»* художнику Федору Рокотову 500 рублів. Проте праця іноземних художників майже завжди оплачувалася вище, ніж російських. Так, наприклад, щорічний заробіток датського портретиста Еріксена, який примушував *«оплачувати кожну картину особливо і з надлишком»*, становив лише при царському дворі 5000 рублів. За розпис плафона в Петергофі придворний живописець Луї Каравак з Марселя отримав взагалі чин полковника. Стійка тенденція вищої оцінки праці іноземних майстрів пензля і різця зберігалася ще довгий час, аж до середини XIX ст. Та поряд із цим помітна й інша тенденція нової цінової політики щодо праці вітчизняних художників, яка тоді формувалася. Уже на початку 70-х рр. XVIII ст. висока репутація російського портретиста Д. Левицького дозволяла йому *«вимагати»* за портрет імператриці 1000 рублів.

Усвідомлення своєї майстерності, яка не поступається іноземним майстрам, формувало у російських авторів також і розуміння значної вартості їхніх творів, що виражалось у відповідній ціні. У свою чергу, розуміючи силу і значення мистецтва як чинника, що прославляє могутність держави та її вищих представників, монархи платили суми, які вимагалися, беручи таким чином участь не тільки у формуванні основ арт-ринку, а й виплачуючи найбільш високі гонорари авторам. У XIX ст. у процес ціноутворення втручається середній клас. І там в моду входить колекціонування. Якщо в попередні часи колекціонуванням займалася в основному дворянська аристократія, то з середини XIX ст. ця справа стала востребувана представниками торгівельно-промислового капіталу. Значні мистецькі зібрання складають П. і С. Третьякови, К. Солдатов, І. Морозов, С. Щукін, П. і В. Харитоненки, М. Терещенко, О. фон Мекк, І. Варгунін, Г. Хлудов та інші.

Кінець XIX – початок XX ст. Росії і за рубежом може бути охарактеризований як час створення досить розвинутої структури художнього ринку. Цьому багато в чому сприяло піднесення в торгово-промисловому житті Російської імперії, яке розпочалося в 60-ті рр. XIX ст. На арену виходять і нові покупці: чиновники (Я. Жуковський), інженери (К. Арцибушев), лікарі (С. Боткін, О. Ланговой), працівники банків (І.Цветков), художники (І. Остроухов), письменники (В. Боткін), купці (І. Громов, О. Левенштейн). Деякі з них склали значну конкуренцію знатним колекціонерам, нерідко «перебиваючи» в них значного мистецького рівня речі. Ці тенденції часом радикально впливали й на цінову політику.

Першорядним чинником для художника в матеріальному плані були виставки – основний ринок збуту творів. Виставляючи роботи на публічний огляд і суд критиків, автор ніби йшов назустріч потенційному покупцю, призначаючи свою ціну. На цей час уже сформувалася система оцінювання живописних творів, в якій враховувалося багато чинників (складність сюжету, кількість персонажів у картині, якість малюнка, свіжість фарб). Суттєву роль у ціноутворенні відігравали також: громадська думка і думки художніх критиків; витрати, які поніс художник під час написання картини; жанр твору. Ціновий російський рекорд у кінці XIX ст. належить двом полотнам історичного змісту: «Підкорення Єрмаком Сибіру» (1895) В. Сурикова та «Смерть Івана Грозного» (1888) К. Маковського, оцінені кожна в 40 тис. рублів. Суцільний ажиотаж розгорнувся на Заході щодо оцінки творчості надзвичайно модного тоді художника Фортуні, деякі роботи якого оцінювалися у 40 тис. франків.

Значну роль у процесі ціноутворення відігравали й аукціони, де продавалися також роботи живих художників. Та беручи участь в аукціонних торгах картин В. Верещагіна, П. Третяков помітив гру на завищення цін, а деякі «куплені» речі опісля з'явилися на арт-ринку. Процес формування цін на твори мистецтва, розвиваючись у руслі ринкової економіки Російської імперії, досяг свого апогею напередодні першої світової війни. Багато художників виступали за створення такої державної установи, яка безпосередньо займалася б проблемами художників, закупівлею за рахунок державних коштів. Усе це повною мірою стає реальністю із 30-х рр. XX ст. і пов'язано зі створенням Спілки художників СРСР. Починає поширюватися практика

ЗМІСТ

Передмова	3
Сто відер хіоського вина за скульптуру та чин полковника за розпис плафона	6
Вазарі: «І хоча був він багатий, але жив у бідності»	14
Рубенс: «Як повільні государі, коли їм приходиться платити»	23
Рембрандт: «В цей час гроші мені були б до речі»	29
Дідро: «Є велика різниця в ціні того ж самого предмета»	36
Гейнсборо: «Я можу сказати, що вигідно продав на ринку моїх поросят»	43
Делакруа: «Жити матеріальними турботами – не значить жити»	48
«Черепиця замінила солому» на будинку Руссо в Барбизоні	54
Твір, ціною знань всього життя	62
Т. Шевченко: «Наперед не бери незароблених грошей»	69
Ф. Васильєв: «Тепер гроші дозарізу потрібні»	77
П. Третяков: «Слово моє... міцніше документа»	82
Рєпін: «Мені приємніше за все було б ніколи не продавати своїх картин...»	90
Левітан: «Тому причиною страшно безгрошів'я»	97
«Твір мистецтва захоплює по-справжньому лише тоді, коли належить вам»	102
Поль Гоген: «Я охочуся за грошима»	107
Ван Гог: «У мистецтва немає гірших ворогів, ніж торговці картинами...»	113
Едгар Дега: «Як я ненавиджу продавати; я весь час сподіваюся зробити краще»	121
Сезанн: «Буржуа затискують свої грошенята»	125
Мунк: «Якщо ви хочете стільки заплатити, беріть картину»	131
Пікассо: «Ті, хто роблять на мистецтві бізнес, здебільшого шахраї»	137
Малевич: «Заробити супрематизмом не можна»	143
Література	153
Праці С. Побожія з ціноутворення на твори мистецтва	155
Список ілюстрацій	157