УДК 7.075(470)
ББК Ч14к94 + Щ100.021 + Щ103(2)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСТОРИИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА РОССИИ В XIX – НАЧАЛЕ XX вв.: ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ ИССЛЕДОВАНИЯ

А.В. Разуев

Сформулированы цели и задачи разработки экономических аспектов истории изобразительного искусства России в XIX – начале XX века, приведены сведения о разработанности проблемы. Рассмотрены проблемы анализа информации об экономических аспектах, сформулированы требования, преодолевающие обозначенные проблемы.

Ключевые слова: художественный рынок, история изобразительного искусства России, государственной политики в области изобразительного искусства, благосостояние населения, коллекционирование искусства.

Экономические или материальные мотивы и стимулы порой выступают определяющими факторами в действиях человека. Художники и иные представители творческих профессий не являются исключением, хотя область приложения их таланта – идеальное и возвышенное, а результат представляет зачастую символическую в основном ценность. Традиционно считается недостойным упоминание о материальном (низком) в разговоре об искусстве. Но художественный рынок, несколько столетий существующий в западном обществе, неуклонно формируется и в нашей культуре. Освещение истории подобных процессов может помочь избежать ошибок, иллюзий и разочарований на этом пути.

Художественный рынок в России со второй половины XIX века создаёт условия развития изобразительного искусства, влияет на художественную жизнь общества, на судьбы авторов произведений и судьбы самих произведений тоже. Можно утверждать, что на современном этапе объективное представление о развитии отечественного искусства требует учета значения художественного рынка в его истории.

Цель выявления экономических аспектов истории изобразительного искусства иначе можно сформулировать как создание целостного представления об истории материального вознаграждения (в различных формах) и стимулирования художественного труда, о деятельности и роли различных институтов художественного рынка. Задачами исследования, таким образом, становятся: выявление государственной политики в области изобразительного искусства; отражение истории частных и государственных художественных собраний; исследование взаимоотношений художни-

ка и власти, художника и заказчика (покупателя); анализ социально-экономического положения художника; исследование деятельности институтов художественного рынка и выставочной (с целью продажи) практики; отражение подходов к ценообразованию в художественной среде и др.

Упоминания о материальном положении представителей мира искусства, о ценах на их произведения рассеяны во множестве источников и не поддаются в этом состоянии анализу. А ведь зачастую эти условия выступают движущей силой художественных процессов, поступков художников. Нельзя абсолютизировать роль этих факторов, видеть за каждым шагом художника коммерческий расчёт и стремление к выгоде, низводить ценность произведений искусства (труда художника) к одной лишь коммерческой составляющей. Но и пренебрегать, а тем более предавать забвению эту стороны жизни – неверно. История искусства может получить более глубокое прочтение, а процессы в художественной жизни – более точное объяснение (на сегодняшний день объяснения иногда и вовсе отсутствуют), если будет написана экономическая история искусства.

Данный термин «экономическая история искусства» не имеет распространённой практики применения (но в экономической науке существует, например, раздел «Экономическая история России»). Однако именно этот термин наиболее полно отображает задачу предпринимаемого исследования.

Изучаемый период данного исследования ограничен изучением экономической стороны искусства России в XIX – начале XX вв. Этот период достаточно полно изучен, внутри него в России устанавливаются капиталистические отношения, происходит становление художественного рынка, а, следовательно, именно этот исторический опыт наиболее актуален в настоящее время.

На первом этапе создания экономической истории искусства представляется необходимым свести воедино факты и сведения, выявить проблемы и наметить пути их решения. Задачами второго этапа будет являться внутренняя периодизация изучаемого отрезка истории, разграничение главных и второстепенных явлений, определение методов анализа исторических процессов и, собственно, сам анализ. Результат обобщения материалов на третьем этапе и будет достижением поставленной цели.

Степень научной разработанности проблемы определяется идеологическими ограничениями, существовавшими в советский период развития искусствознания. По сути, свободное освоение данного материала начато в 1990–2000 гг. Целостный и обстоятельный результат достигнут в диссертационном труде Д.Я. Северюхина [1]. Фактический материал по экономической стороне истории искусства XIX – начала XX в. можно почерпнуть из мемуаров, эпистолярного наследия художественных деятелей (А.Н. Бенуа, К.П. Брюллова, В.В. Верещагина, С.П. Дягилева, И.Н. Крамского, С.К. Маковского, И.Е. Репина, В.А. Серова, В.В. Стасова, П.М. Третьяко-

ва, П.П. Чистякова и др.) и исследований о них. Большое значение имеют страницы истории, посвященные формированию дворцовых коллекций и музеев, а также более скромных частных художественных коллекций.

Обстоятельному изучению дореволюционной художественной жизни России посвящены многие труды Г.Ю. Стернина, публиковавшиеся с 1970 гг. на протяжении более 30 лет. Подробно рассмотрена тема художественного рынка в ряде статей В.П. Лапшина.

Но в литературе существует также ряд ошибок и проблем, связанных с предпринимаемым исследованием. Для их иллюстрации пришлось обратиться к произведению западноевропейской живописи и исследованиям, с ним связанным, в силу того, что ни одно отечественное произведение такого внимания (и в таком ракурсе) к себе не привлекало. Кроме того, для разговора о методологических проблемах не имеет значения происхождение произведения искусства. Обозначив данные проблемы, намечены пути их преодоления.

Проблемы, возникающие при подходе к решению задачи написания экономической истории искусства, наиболее ярко можно проиллюстрировать в результате анализа следующей цитаты: «Изменчивость эстетической оценки картин особенно ярко проявляется в колебаниях цен на картины, связанных с изменчивостью общественных вкусов. Во второй половине XIX в. в период большой популярности салонного классицизма картины этого стиля котировались на аукционах очень высоко, а картины, выполненные в новой экспрессионистической манере, очень низко. Так, «Аглая» Кабанеля была продана в 1876 г. за 26 000 франков, тогда как за картину Ван Гога в 1894 г. уплатили всего 30 франков (!). В XX же веке, когда вкусы публики существенно изменились, цена той же «Аглаи» в 1937 г. упала до 2000 франков, тогда как цена на картины Ван Гога стала фантастически высокой: в 1990 г. японский миллиардер Сато приобрел на аукционе Сотби в Нью-Йорке картину Гога «Портрет доктора Гаше» за 82 млн долларов (!)» [2, с. 193]. Следует добавить, что после смерти японского магната Рёэй Сайто в 1996 г. эта же картина по непроверенным данным была продана за сумму около $10 млн [3]. Иначе представил ситуацию один из руководителей токийского аукционного дома Кионори Ямамото: по его словам картина была продана в США по сходной цене – от $ 87 млн до $ 130 млн. [4].

Итак, в связи с данным высказыванием возникает первый проблемный блок: многие суждения о произведениях искусства смешивают или сливают воедино эстетическую и историческую оценки с коммерческой. Коммерческую оценку произведения искусства, выражаемую в неких денежных единицах, порой отождествляют с эстетической оценкой. Эстетическая оценка по преимуществу – это соотнесение произведения с неким идеалом прекрасного. Требуется разграничить коммерческую оценку от других оценок, в частности, от эстетической и исторической.

В ЮУрГУ для студентов-искусствоведов уже более 5 лет читается спецкурс, посвящённый коммерческой оценке произведений изобразительного искусства, и разработки по этой теме позволяют определить зависимость коммерческой оценки от комплекса показателей: и качества самого произведения (эстетическая и историческая ценность, известность автора и/или произведения, провенанс, оригинальность, уникальность, риск подлинности, материал, размер, сохранность), и платежеспособного спроса, и маркетинговых усилий по сбыту, и глубины искусствоведческих исследований, и традиций ценообразования, и финансовой стабильности и благополучия общества в момент продажи, и инвестиционной привлекательности произведения. Из величины исторической ценности выделяют [5, с. 12] также контекстную ценность – ценность с точки зрения исторического контекста написания работы. Что касается конкретной цены аукциона – эта величина в принципе может быть оторвана от всякой экономической логики за счёт субъективных особенностей покупателя, умелого ведения аукциона или особенностей его организации, а иногда и за счёт желания продавца сфабриковать желаемый провенанс (англ. provenance – происхождение, источник) произведения. Одни из возможных особенностей покупателя – отношение к произведению искусства как к культурному наследию, «национальному достоянию» или некая иррациональная миссия коллекционирования. Например, в анализируемой цитате не указано – какой по качеству была проданная в 1894 картина Ван Гога. Что касается картины «Портрет доктора Гаше», то про неё известно, что в 1897 г. она была продана за 300 франков [6] (в 1888–1890 гг., например, величина ежемесячных расходов Ван Гога – около 220 франков [7, с. 264]) – эта информация уже многократно ценнее, т.к. относится к конкретному произведению.

Второй комплекс проблем состоит в том, что цена, несмотря на то, что имеет арифметическое выражение, – величина относительная и подвержена различным воздействиям. Колебания цены на картину «Аглая» Кабанеля, приведённые в цитате, вызваны далеко не только изменчивостью общественных вкусов. Во-первых, 1876 год для экономического положения Франции был временем значительно более благоприятным, чем 1937 год. Платежеспособный спрос на предметы искусства в предвоенный период, период экономического кризиса мог быть предельно низким и не исключена ситуация, что цена, уплаченная за картину в 1937 г., могла быть для покупателей по уровню жизни на тот момент, по уровню риска инвестиционных вложений – предельно высокой, тогда как в 1876 – она была средней или низкой. Таким образом, при создании экономической истории искусства необходимо учитывать социально-политическую и экономическую обстановку в обществе.

Во-вторых, корректное сравнение цен или уровней жизни (благосостояния) художников возможно, если они приведены к «общему основанию», выражены в ценах какого-то выбранного года (приведены к покупательной способности денег выбранного года) и в какой-либо единой денежной единице. Инфляция, реформы денежного обращения, кризисы изменяют стоимость денежных единиц даже при сохранении их названия. В приведённой цитате информация о ценах (кроме цены 1990 г.) взята из книги французского автора [8, с. 190] и цены XIX в. в ней не только некорректно сравниваются с ценами XX в., но также опущена информация, что за картину «Аглая» в 1876 г. было заплачено 26 000 франков золотом, а в 1937 – 2000 франков ассигнациями. Кроме того, что франк в 1876 г. никак не равен франку в 1937 г., указанная «мелочь» может при более детальном рассмотрении выразиться весьма ощутимой разницей. А сколько будет $82,5 млн 1990 г. в пересчете на франки золотом 1876 г.? Например, пересчёт $82,5 млн, уплаченные в 1990 г., на реальную (приведённую) цену 2005 года даёт результат $114 млн [5, с. 64]. Создавая единую картину экономического аспекта истории искусства, необходимо приводить цены к единому основанию. Это положение, довольно известное на рынке антиквариата, может являться новой информацией автора из нашей страны, но для французского автора должно было быть банальной истиной.

В-третьих, цена зависит от маркетинговых усилий и конкретных условий продажи произведения. Чтобы признать сделку совершившейся в условиях свободного рынка, по рыночной стоимости, необходимо удостовериться в выполнении ряда условий, приведенных, например, в Федеральном законе об оценочной деятельности [9]: произведение было отчуждено на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действовали разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражались какие-либо чрезвычайные обстоятельства, то есть когда:

– одна из сторон сделки не обязана была отчуждать произведение, а другая сторона не обязана была приобретать, не было принуждения к совершению сделки;

– произведение было выставлено на публичные торги и стороны сделки были хорошо осведомлены о предмете сделки и действовали в своих интересах.

В истории с покупкой картины Ван Гога в 1990 г. есть некоторые обстоятельства, позволяющие усомниться в отсутствии «чрезвычайных обстоятельств». Первое – это то, что через несколько лет после покупки японский магнат Рёэй Сайто по слухам распорядился кремировать картину после собственной смерти. Второе – это то, что картина официально не повторила через несколько лет свой успех, а была продана под завесой секретности. Третье – это то, что в 1990 г. магнат приобрёл не только картину Ван Гога, но и произведение Пьера Огюста Ренуара «Бал в Мулен де ла

Галетт» стоимость покупки которой составила более $78 млн. В один год из одних рук сразу две сенсации в мире искусства, а ситуация с предложением на художественном рынке отнюдь не уникальная, картины импрессионистов продаются ежегодно. Если был расчёт на удачное инвестирование – то на ближайшее десятилетие он не просто не оправдался, но вложение оказалось убыточным – на данное имущество владельцу приходилось платить налоги.

Современные маркетинговые технологии способны создавать условия для сделки с ценой продажи значительно выше рыночной. При рассмотрении факта продажи произведения искусства необходимо учитывать усилия по получению желаемой цены.

Но маркетинговые технологии иногда лишь ускоряют признание имени художника или конкретного произведения. В анализируемой цитате отражен результат признания той новаторской манеры, в которой были выполнены картины Ван Гога. В XIX веке публика признавала и платила за академически выполненные произведения. Через сто лет публика признала и стала платить в том числе за картины Ван Гога, иначе говоря, для таких произведений на протяжении XX в. был сформирован рынок. Вообще-то рынок для произведений Ван Гога формировался уже при его жизни, однако, как следует из любопытного исследования Г. Козлова [7, с. 262–269], братья Винсент и Теодорус были весьма осведомлены в законах ценообразования на произведения искусства и в ближайшем будущем не намерены были продавать картины Винсента. Винсент работал на продажи в перспективе, абсолютно уникальная манера письма в будущем должна была принести колоссальный доход. Для их семьи этот расчёт полностью оправдался.

Таким образом, для корректного разговора о ценах произведения необходимо учитывать, в каких условиях, при каких усилиях была проведена его продажа.

Третий комплекс проблем состоит в достоверности информации и её источников. Художники и другие участники рынка предметов искусства по многим причинам не настроены публиковать условия продажи. Эти условия могут стать известны из анализа косвенной информации, из мемуаров и частной переписки и т.п. А современный маркетинг может предусмотреть умышленную мистификацию результатов продажи – иногда ради известности, которая очень ценна в мире искусства и нуждается в постоянной подпитке. Так, в истории вокруг картины «Портрет доктора Гаше» комментарий одного из руководителей токийского аукционного дома Кионори Ямамото, о том, что картина была продана в США по цене от $87 млн до $130 млн не только не проливает ясность на ситуацию, но и откровенно обозначается самим говорящим как лживая информация, ибо определение цены продажи с точностью плюс-минус $43 млн (около 50 % к нижней цене) недопустимо для осведомлённого человека. С другой стороны, некоторые источники, упоминая в 1990 г. продажу картины «Портрет доктора

Гаше», называют цену не $82,5 млн, а $75 млн, и при этом обе цифры истинны – покупатель заплатил $82,5 млн, а владелец картины получил $75 млн, разница осталась аукционному дому Кристис (а не Сотбис, как ошибочно указано в исходной цитате). Таким образом, при реконструкции экономической стороны истории искусства необходимо опираться на достоверные источники, а когда это затруднительно – критически подходить к материалу, по возможности очищая его от вымыслов и искажений.

Подводя итог сказанному, для решения обозначенных проблем следует дополнительно поставить задачи исследования.

1. Определить год, к уровню денежной единицы которого будут приводиться данные о ценах и уровне жизни (благосостояния) художников.

2. Воссоздать историю платежеспособности спроса на произведения искусства, другими словами, определить благоприятные и неблагоприятные периоды, связанные с социально-политическими условиями, историческими, экономическими событиями и т.п.

3. Учитывая собственные качества произведения (эстетическая и историческая ценность, известность автора и/или произведения, оригинальность, уникальность, подлинность, материал, размер, сохранность) выявлять при сборе и анализе материала традиции ценообразования для покупателей (заказчиков) из разных социальных слоёв.

4. Для различных исторических периодов выявить стандарты поведения, повседневного быта художников, уровень их благосостояния.

5. Сбор и анализ материала о ценах произведения должен учитывать, в каких условиях и при каких усилиях была произведена его продажа.

Для решения поставленных задач названные выше источники следует дополнить группами:

1. Результаты исследований и наблюдений за повседневной жизнью различных социальных слоёв. Центральное место по охвату источников, масштабу задач и основательности выводов следует отвести монографии Б.Н. Миронова [10]. Результаты работы справедливы для профессий рабочих, но ценны для экономической стороны жизни искусства тем, что задают некий общий для всего изучаемого периода уровень зарплат, покупательской способности денег и минимальные уровень потребления и уровень жизни. Что касается максимального уровня жизни, то здесь можно обратиться к исследованию И.В. Зимина [11].

2. Сведения о предпринимателях, оказавших влияние на культуру, коллекционерах и меценатах. Вторая половина XIX века – время бурного роста капиталистических отношений, становление рынка и т.п. Источниками информации здесь будут выступать переписка, мемуары, воспоминания таких деятелей, как братья Третьяковы, братья Морозовы, Тенищевой и др.

Итак, в статье проанализированы проблемы создания экономической истории искусства, намечены цели и задачи их решения.

Библиографический список

1. Северюхин, Д.Я. Художественный рынок Санкт-Петербурга – Петрограда – Ленинграда, его роль и значение в истории развития отечественного изобразительного искусства: дис. … д-ра искусствоведения / Д.Я. Северюхин. – М.: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2010. – 817 с.

2. Бранский, В.П. Искусство и философия / В.П. Бранский. – Калининград: Янтарный сказ, 1999. – 704 с.

3. Портрет Доктора Гаше. История владения. Выставки. – URL: http://www.vggallery.com/international/russian/paintings/p_0753.htm.

4. Боде, М. Некрополь / М. Боде // Коммерсантъ Власть. – 1999. – № 30. – С. 39.

5. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства / С. Скатерщиков, В. Кориневский, О. Яковенко и др. – М.: Альпина Паблишер, 2006. – 224 с.

6. Portrait of Dr. Gachet – URL: http://allart.biz/photos/image/Vincent_van_Gogh_1_Portrait_of_Dr_Gachet.html.

7. Козлов, Г. Покушение на искусство / Г. Козлов. – М.: Слово, 2007. – 560 с.

8. Перрюшо, А. Сезанн / А. Перрюшо. – М.: Молодая гвардия, 1966. – 438 с.

9. Федеральный закон от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 05.12.2013) : [принят Гос. думой 16 июля 1998; одобрен Сов. Фед. 17 июля 1998] // Российская газета. – 2013. – 11 июня.

10. Миронов, Б.Н. Благосостояние населения и революции в имперской России: XVIII – начало XX века / Б.Н. Миронов. – М.: Весь мир, 2012. – 848 с.

11. Зимин, И.В. Царские деньги. Доходы и расходы дома Романовых. Повседневная жизнь Российского императорского двора / И.В. Зимин. – М.: Центрполиграф, 2013. – 688 с.

К содержанию