

Kulturális-közéleti havilap, harminckilencedik évfolyam

2013 május Ról-ról

Almási Miklós: Amikor a kalapács nyer (Martos Gábor: Műkereskedelem. Egy cápa ára. Budapest, 2012, Typotex.)

Nem semmi a címlapon látható „műalkotás” (egy négy és fél méteres cápa, üvegszekrényben, formalinos vízben), még inkább elképesztő az árának a metamorfózisa: indul hatezerrel – ennyit kértek érte a halászok –, aztán mindjárt ötvenezer font lesz, pár év, és két és fél milliót fizetnek érte, és még ennél is megy feljebb – ahogyan gazdát cserél. Az árrobbanást az okozta, hogy a vízi szörnyből műtárgy lett, és a többszörös csere motorja az érte fizetett pénz megsokszorozása volt. Igaz, a folyamat nem végtelen, a cápa végül múzeumba került. A hihetetlen ár és a múzeumi szentté avatás egyaránt a műtárgy megfoghatatlan értékének és egyben fontban (dollárban) kifejezhető valóságának a bizonyítéka. Martos Gábor itt egy mellékszálon azt az alapkérdést veti fel, hogy tulajdonképpen mi a műalkotás?

Indulásképp elidőznék e mellékszálánál. A XX. század művészetelmélete élethalálharcot vívott e kérdés körül. Mi az a többlet, amit egy nagy festmény a vászon-festék-ábrázolaton túl ad az emberiségnek? Mi az a transzcendens „valami”, amitől „szent” lett egy klasszikus mű? Vajon egy „dolog” csak azért műtárgy, mert sokan mondják, vagy mert ez ontológiai funkciója? Kanttól Heideggerig sok feleletet találhatsz a kérdésre, míg végül a műkereskedelem banális válasza lett a győztes: műalkotás az, amiért pénzt adnak. Mint az esztétikával bibelődő filosz, fájdalmas szívvel mondom: a „mi a műalkotás?”-vitában ez a tézis maradt igazán életképes. A szerző teljes joggal exponálja ezt a kérdést már könyve elején (és a sorok között végig): a műalkotás nem tudja saját „transzcendens” értékét önmagából igazolni, hiszen ma már lehet obszcén tárgy, sőt exkrementum, ha a múzeum polcán szerepel, vagy majom által „festett” kép a milliós aukciós listán. Ezért maradt szinte egyetlen biztos értékmérő az érte fizetett pénz. Az esztétikai mérlegelés persze él tovább, a kurátor, kritikus, művészettörténész, lapszerkesztő számára forgatható filozófiai segédeszköz. De ha a tárgy „forgatására” kerül a sor, a pénz többlet tud. (Cinikus vagyok...)

Martos Gábor azt is látja – és ez a „műkereskedelem vs. esztétika”-vita paradoxona –, hogy a „nagy pénz” mint pragmatikus értékmérő maga is relatív. Számos példát idéz arra, hogy művek keletkezésükkor fabatkát sem értek, aztán egy-egy divat évekre-évtizedekre felárazta őket, majd a divat múltán visszaestek a csúcsról, s ha feledésbe nem merültek is, elveszítették korábbi, etalon szerepüket. Na jó, a „szentek csarnokának” szereplői maradtak („örök értékek” doboza), de meddig volt mondjuk Vermeer a „futottak még” kategóriájának lakója, aztán meg abszolút klasszis műtörténetileg (piaci értékét fel sem lehet becsülni).

A tárgyat illetően: a könyv két értékmérő nyüzsgést állít fel: az egyik az akadémia – némi spéttel, az esztéták, múzeumok kurátorai, folyóiratok, művészettörténészek stb. – ítélete, a szakemberek diskurzusa, ami aztán egy idő után átterjed a művek társadalmi értékelésébe is.

A másik szalon meg ott a közönség ítélete: miért hajlandó sorba állni, miért ad pénzt a nagyérdemű. Sokáig volt így, de aztán a két mérlegelő instancia közé bekerült a műkereskedő. Ebben a hármasságban lett aztán igazán a pénz az egyedüli értékmérő. „Ekkor már nem a művekért alkalmanként korábban is kifizetett egyszerű, hétköznapi vételár lett, hanem a műkereskedelem által lassan az egyetlen igaz 'értékmérőnek' elfogadott, a nagyközönség részéről pedig egyenesen 'fetisizált' (rendszerint természetesen nagyon nagy) pénz, ami szépen lassan átvette a művészetet kanonizáló özszes korábbi szerepet a 'szakmától' és a 'közönségtől.'”

A nagystílusú műkereskedelem belépése radikális történelmi fordulat volt, és nagy pénzeket mozgó szerepe ma egyre csak növekszik. (Újabb és újabb rekordleütésekről olvashatunk a Christie's vagy a Sotheby's aukcióiról szóló beszámolóokban – a rekordok útban vannak az egymilliárd dolláros műtárgy felé –, amin persze úgy is túl fog menni a rendszer...) Másfelől: a műtárgypiac elemei a klasszikus, hosszú távú befektetés eszközei lettek, magas megtérüléssel, természetesen kockázatokkal spékelve, mert nem minden „tét” jön be. De, ami bejön... A könyvben fantasztikus számokkal találkozol: egy-egy kép ötven-, százhusz-, száznegyvenszeres megtérülést produkál egy év vagy inkább évtized alatt, amihez persze türelem és szerencse is kell. A kötet végén listát találsz a legmagasabb árakat elérő művekről – a sort Cézanne *Kártyázók* című képe vezeti 250 millió dollárral, mögötte de Kooning 137 millióval, meglepetésként pedig az első ötven között egy csomó kínai művész is jeleskedik.

A műkereskedelem belépése azért volt radikális fordulat, mert az ár és a mű „valósága” közötti amúgy is laza kapcsolat tökéletesen virtualizálódott: az árat nem a vevő és művész alkupa szabja meg, hanem a kereslet-kínálat csatája, látványosan az árverési mechanizmus: az ár ott keletkezik és nem a műalkotáson. Ami azt jelenti, hogy az aukciós és kereskedelmi technikák szabadítják el az árakat a normál (jóllehet bizonytalanabb, de valószínűsíthető) értéktől, s teremtenek egy másik szinten futó irracionális ármozgást. Hiszen az árverés legrégebbi formáiban is egók harca volt, a meghatározó és a potenciális vevők csatája (licitálás) egy bizonyos pont után elszakadt a kalapács alá bocsátott tárgytól, és a „verseny” arról szólt, ki bírja tovább, kinek van több pénze a futam megnyeréséhez, a többiek lenyomásához.

Mechanizmust írtam marketing helyett, pedig ez is bekapcsolódik a játékba. Sőt, az utóbbi negyven évben ennek technikai tökéletesedtek. A könyv számos szórakoztató (szomorú) sztorival szolgál az árfelverés technikáiról. (Még az is beindítja az árakat, ha egy képet ellopnak – hír lesz belőle, forog a név, vagyis a média is részt vesz az árképzésben.) Külön kérdésként tárgyalja az ár, a név, a helyszín és persze a mítosz marketingbéli összefüggését. Persze, hogy előkerül Duchamp *Fontaine 1917* című legendás gesztus-műve. Műalkotássá és árrekorderré válása ma is tanulságos: polgárpukkasztásként(?) indul, meg hogy kizárják az első kiállításról (a tárgy eredeti fellépésének színhelyéről), sőt ma már csak replikáit tartják számon, az eredeti el is tűnt a szemhatárról. Amíg lappangott, paradigmaváltó művészetfilozófiai jelentőségre tett szert, de még nem szólt bele az árazásba. Ám egyszer csak jött egy Daskalopoulos nevű műkereskedő és leperkált érte 1,7 milliót (dollárban). Attól kezdve a művész neve vitt mindent, jóval később egy Duchamp-kölnisüveg 11,5 millióért kelt el. Martos kommentje: „Az emberekkel bármit meg lehet etetni” – mondta volna állítólag egyszer annak idején maga Marcel Duchamp. Márpedig a művészeti piacon a galériáknak és árverési csarnokoknak nevezett művészeti „etetőhelyek” körül ma egyre többen tolonganak éhesen, és akik a „bármit két kézzel szórják eléjük, azok nem mások, mint a műkereskedők”.

Aztán itt van egy másik bombatrükk: a Sotheby's zseniális főnöke (Alfred Taubman) valahogyan egyesítette az árverést és a bankolást. Abból indult ki, hogy a heves árharcban a vevő zavarba jöhet – nincs annyi pénze, mint amennyiért vállalta a vételt –, s ezt a hiányt (felár ellenében) az árverési cég pótolhatja. Mintha bank lenne, kölcsönöz a vevőnek. Sokan támadták, mert az

amerikai joggyakorlatban a két műfaj összehozása „neccesnek” számított. Taubman meg úgy gondolkodott, hogy a cirkusz csak emeli a náluk szereplő művek árát, egyáltalán az eladó- és vevőkör rangját. (Egyébként Taubman előtt a Sotheby's éppen össze akart omlani, az üzletember zsenialitása kellett a cég fellendítéséhez.) Szóval ezzel a bankolási trükkel is nyert, a balhé elcsendesedett és Taubman vonzotta a nagy műtárgyakat, sorozatban gyártotta az aukciós rekordokat. A támadások csak fényesítették a ház „kánont teremtő” intézmény jellegét. Zárójelben jegyzem meg, hogy Taubman egy veszélyesebb cirkuszt már nem tudott megúszni: azzal vádolták, hogy árkartell alakított vetélytársával, a Christie's-szel. A per során a másik óriásház főnöknője (Diana Brooks) mindent rátolt Taubmanre, aki tíz hónapra sítire került. De ezenkívül is voltak pletykák bennfentes kereskedésről, lezsírozott üzletekről (ne kérdezd a részleteket, meg a „hogyan?”-okat, nem tudnék válaszolni, a suskus háromnegyede úgyis rágalom). Hát, mit mondjak, ezekből a cirkuszokból is üzlet lett: mármint hogy ezek a félig simlis ügyek is a műtárgyak árfelhajtó erejét szolgálták. (Ma több tucat rekordleütés fűződik a ház nevéhez. Nemcsak az marketingfogás, ha egy képet ellopnak, hanem az is, ha az árverési csarnok gazdája sítire kerül.)

A marketingfogáshoz adalék: igaz, nem árverő-kalapáccsal dolgozott, galériás volt, de Mary Boone-ről mesélték New Yorkban, hogy az 1980-as évek végén, a műtárgypiaci boom idején az épp induló festőknek kialakított egy műteremsort – ma azt mondanánk: inkubátor-házat – komoly befektetéssel, járadékkal, karrierígéretekkel. Aztán az elkészült művek közül egyet-egyét kiemelt, bemutatta a galériájában mint a jövő reménységét, és kockázatkedvelő (jövőre gondoló) befektetők vettek is a kínálatból. A módszer bevált, innen indult például David Salle és Julian Schnabel. Nem tudom, hogy ez a módszer él-e még, akkor nagy mítosz volt a Sohóban. A kockázattal való játék modelljeként idézték: „tízet indítok, ami költséges ugyan, de ha egy-kettő bejön, máris a pénzemnél vagyok”.

E töméntelen – és hihetetlen – adat olvasója persze küzd azzal a benyomással, hogy ez a piac tömény anarchia, aki előbb húz elő pár milliót, az nyer (vagy bukik – biztosíték nincs). Martos szerint a műkereskedelem „örület, de van benne rendszer”: mármint, hogy valakik mégiscsak döntenek a mi-mikor-mennyi ármozgásáról. Idézi is az Art Review éves összesítését (Power 100) azokról, akikre figyelnek, vagy akik mozgatják ezt a több ezermilliárdos üzletet. „Az erőssorrend tulajdonképpen nagyon szomorú, de legalább őszinte szembenézés a tényekkel: elsősorban nem a művészek azok, akik a piacot mozgatják” – idéz Rasovszky Pétertől –, majd így folytatja: „a százas névsorban összesen huszonhét galériás szerepelt, vagyis ők tették ki a hatalmi 'network' több mint az egynegyedét, amivel ők alkották a legnépesebb csoportot a listán.” Korábban a nagy galériás, Leo Castelli még úgy gondolta, hogy ezen a piacon a mélyzsebű műgyűjtők diktálnak, a kétezres években már egyértelműen a műkereskedők kezében van az árák mozgatásának kulcsa.

Ami ma már többdimenziós játszma: egy művész „megcsinálása” maga is művészet: *vernissage* előtt megírt kritika biztosítja a bemutató utáni műértők elismerő írásait, egy „véletlenül” beeső híres milliomos vásárol egyet a még ismeretlen kócostól, abban a pillanatban a név futni kezd, egyéb munkáinak ára is emelkedik, azaz az „ár-hír” teremtí önmagát. Aztán később múzeum is vásárol tőle, és attól kezdve csak a nullák szaporodnak a számok mögött. Nem öszszeesküvés ez, csak egy elit piac önmozgásának a dinamikája. Illetve nagyon is átgondolt szervezési munka eredménye.

Nekem ebből a rendezett káoszról a bankos szál tetszik a legjobban. A befektetési alapok ugyanis művészeti tanácsadó részlegeket installálnak a „tisztá” pénzügyintézetben belül, ahol szakember fogja kézen a színvak, ám ilyen bonyodalmas területre vetődő milliomosokat. Martos röviden, ám szellemesen mutatja be az óriás pénzügyintézetek eme alig látható oldalát: tanácsadói, szakvéleményezési, kezelési stb. díj fejében rangos szakember „súg” – üzlet az

üzleten.

Hadd lazuljak: kicsit átrajzolom ezt az utalást, mert elkapja a fantáziám egy ilyen „art investment banking”-játzsma. Látom a szeriöz (vagy éppen *new wave*) arcot, aki fogadótermében ül talpig Armaniban, valamikor csóró filosz volt (művészettörténész, esztéta vagy micsoda), most viszont neki is eljött a mennyország. Ő az, aki kézen fogja a vásárolni (befektetni) akaró főszer, nehogy elveszen ebben a több ezer kiállítóhelyes, többtucat-metropoliszban, szinkronban forgó *caroussel*ben. Persze „vízióm” ötletét lopom. Tom Wolfe új regénye (*Back to Blood*, 2012) bűbájos szatírában írja le, hogyan zajlik egy ilyen tanácsadás. Nála egy csodanő a művészettörténész, azaz személyi tanácsadó, ő az, aki a Versacéból és egyéb szexi cuccból nagyképű szósalátát önt a céghez forduló pénzember fejére, célzottan néhány képre irányítva a figyelmét. Az áldozat ájultan figyel, és mennél kevésbé érti a dekonstrukciós (hermeneutikus) szöveget, annál inkább hajlandó *connoisseumek* mutatkozni, azaz vásárolni. A pénztárnál persze a hölgy felszívódik – legalábbis Wolfe regényében. Az író durván túloz, de a jelenség ettől még valóságos, hiszen új hús (induló művész) esetében a kockázat óriási, és bár tudjuk, hogy annál nagyobb a profit, mennél nagyobb a rizikó – ám e tétel elfogadtatásához kell a szexi kékharisnya ezoterikus sódere. Ő az, aki a későbbi siker bizonyosságát igyekszik a kuncsaftba szuggerálni, azaz a vétellel járó óriási rizikót láthatatlanra sminkelni. (Mert a kortárs művek körében tényleg nagy a kockázat. Martos könyvének a *Lefelé mozgó árak* című alfejezetében – a siker-sztorik mellé – odateszi a csúcsról pár év múltán leköszönő árrekordereket is. Az egyik példa nem is akármi: Van Gogh *Gachet doktor arcképét* egy japán gyáros 82 millióért vette meg, majd néhány év múltán, amikor a képtől meg akart válni, már csak tízmilliót kapott érte. A műpiaci rizikó tényleg nem játék...)

Azzal kezdtem, hogy a műkereskedelem nagy üzlet, ha van türelmed (és szerencséd), a képek ára tíz-tizenöt év alatt száznegyvenszeresére is felszalad. Könyve végén Martos azonban néhány szkeptikus jelet is kitesz e tétel mellé. Veszi Csontváry *Szerelmesek találkozása* című művét (2006-os rekord: 230 milliós leütési ár, a teljes összeg, amit a nyertes kifizetett, 290 millió). Számolni kezd. Ha ezt a pénzt 2006-ban állampapírokba fekteti és tíz évet vár, 570 millió körüli összeget írnak a javára. Ha ennek a tíz évnek a végén ezt a képet nagyjából az állampapírokhoz hasonló hozammal akarná eladni, úgy egy 2016-os aukción 700 milliós leütést kellene elérnie, hogy utolérje az addig – hipotetikusan – állampapírokban fialó pénzét. Nem valószínű, hogy elérné ezt az összeget. A példa vitatható, de rávilágít, hogy a műkereskedelmi hozamokat a pénzemberek a bankban elhelyezett pénzek időfutamával vetik össze: mérce ez is. És figyelmeztetés: a műgyűjtők szerelmesek a műtárgyba, többségük nem spekulációs céllal fektet be alkotásokba. Kívülről úgy látszik, belülről meg az egész komplikált pszichológia.

Végül csak annyit e könyvről, hogy ilyen precíz adatolással, pontosabban adatelemzéssel – hely, idő, ár (euróban, dollárban, forintban), az alkotó életpályája, kontextus, a vevők portréja, a proveniencia követése – még nem találkoztam, legalábbis olyan esetben, amikor a szöveg izgalmas és tudományosan tárgyyszerű.

Martos Gábor: Műkereskedelem. Egy cápa ára. Budapest, 2012, Typotex, 229 oldal, 3400 forint.

Tetszik

19 ember kedveli. Legyél te az első az ismerőseid közül!

Kapcsolódó írások:

1. **Almási Miklós: Látványterek: Berlin, mon amour (Berlin átváltozásai. Város, építészet, kultúra. Szerkesztette Kerékgyártó Béla. Budapest, 2008, Typotex Kiadó.)** Az ember azt hinné, hogy sivatagban a legkönnyebb várost építeni:...
2. **Almási Miklós: „Mit akar ez az egy ember?” (Sárközy Tamás: Magyarország kormányzása 1978–2012. Budapest, 2012, Park Könyvkiadó.)** A címet Vas Istvántól loptam, annak érzékeltetésére, hogy ilyen „könyvíróember”...
3. **Almási Miklós: Lovas tengerész és hálószoatitkok (Gyáni Gábor: Magánélet Horthy Miklós korában. A képeket válogatta Vajda László. Budapest, Corvina.)** HM kora, a harmincas-negyvenes évek – nem szeretem azt a...
4. **Almási Miklós: Szép Heléna és a komisszár (Márton László (Párizs): Koestler asszonyai. Budapest, 2012, Noran Libro.)** Minden meg lesz mutatva, le lesz írva, ki lesz nyomtatva,...
5. **Almási Miklós: Legendagyárak (Herfried Münkler: A németek és mítoszaik. Fordította Liska Endre. Budapest, 2012, Európa Könyvkiadó.)** Úgy látszik, majd minden rezsimnek jól jön egy kis mitológiai...

Cimkék: **Almás Miklós**