

## Művészet és innováció II.

### **A „szépség” és az „érték” – Művészet és műkereskedelem**

*- Martos Gábor PhD online előadása, élőben elhangzott 2021. 04. 7-én –*

az előadás előzetese:

Amióta az ember művészetet csinál – mondjuk egy megfelelő alakú csontból néhány véséssel apró állatfigurákat farigcsál –, azóta műkereskedik is: például elcseréli az általa készített szerencsehozó „amulettet” egy nálánál ügyesebb, de kevesebb absztraháló-képességgel megáldott másik őseemberrel némi mamuthúsrá, így ő sem hal éhen. Ettől a távoli „piactól” persze hosszú út vezetett addig, hogy mondjuk éppen 2018-ban a világ teljes műkereskedelmi összbevétele 67.380.000.000 dollárt (érthetőbben: 67 milliárd 380 millió dollárt; még érthetőbben: durván húszezer milliárd forintot, számokkal leírva: 20.000.000.000.000) tegyen ki. Az előadásban ennek az útnak a legfontosabb fordulatairól, a „magas” művészet és a „földhözragadt” pénz sokrétű viszonyáról, valamint az ebből fakadó mindennapi következményekről fogok beszélni.

Az előadás érintett témái és kulcspontjai:

- Ellentmondásos gondolat egy dokumentumfilmben (Nathaniel Kahn: *The Price of Everything*, 2018, HBO, 1.38 min): idős művészettörténész-asszony: „a műkereskedelem perverz dolog” – George Condo: „a galeristám mindig azt mondja, jobb lenne, ha eladhatóbb képeket festenék”

- A művészetben rejlő szépség, valami magasztos, éteri lebegés és érdeknélküliség (Kant: *Az ítélőerő kritikája*, 1790) – holott a mögöttes érdek valójában éppen az anyagi értékét meghatározó pénz, ez által éppen úgy kereskedelmi folyamatok eszköze maga a műalkotás is.

- egyfelől: Beke László művészettörténész, a Múcsarnok volt igazgatója: „vegyük tudomásul, hogy az éteri lebegések is pénzbe kerülnek...” (előállítás: *Art Angels*, kiállítás, katalógus stb.) másfelől: művészek ebből élnek: Moritz von Schwindt (1804–1872) osztrák festő: „Én csak kétféle képet ismerek: eladottat, és el nem adottat. És a legjobban azokat a képeket szeretem, amelyek el vannak adva. Ez az

én esztétikám.” Pierre Auguste Renoir (1841–1919) francia festő: „Az egyetlen barométer, amely jelzi a festészet értékét, az árverési csarnok.” Andy Warhol (1928–1987) amerikai festő: „A legnagyobb művészet a jó üzlet.” Damien Hirst (1965), napjaink egyik legsikeresebb (és egyben leggazdagabb) képzőművésze: „A művészet annyit ér, amennyit fizetnek érte.” (Hirst vagyonát 2010-ben a Sunday Times 215 millió fontra – 76,360 milliárd forint – becsülte)

- A művészet szép – de közben mindig is volt értéke.

- A legkorábbi barlangrajzok (Dél-Celebesz, Timpuseng barlang) mintegy 35–37.000 évvel ezelőtt. Kr. e. 12.000, paleolitikum, őskőkor vagy pattintottkő-korszak vége; Dél-Franciaország, La Madeleine barlang; 10 cm-es, szarvascsontból faragott bölény – cserekereskedelem. Willem de Kooning: Woman III. (Nő III., 1952–53) – 137,5 millió dollár, 2006, magánüzlet: Steven Cohen amerikai milliomos műgyűjtő vette meg David Geffen amerikai milliomos műgyűjtőtől. Geffen 1994-ben a bécsi repülőtéren cserélte el egy, a tulajdonában lévő 16. századi festett perzsa kéziratot a teheráni múzeummal (Doris Ammann svájci műkereskedő közvetítésével)

- Antonio Puri (1966) New Yorkban élő indiai művész 2009-ben indította el kezdeményezését, az Art4bartert (<https://art4barter.com/>). Ennek lényege, hogy az ő, illetve a projektjéhez csatlakozó egyéb alkotók műveihez a közönség nem pénzért, hanem csere-szolgáltatásokkal juthat hozzá. A Puri által szervezett kiállításokon a műtárgyakat nem lehet megvenni, viszont minden alkotás mellett található egy felirat, amelyen a művész azt tünteti fel, hogy neki éppen mire lenne szüksége, mondjuk egy fogászati kezelésre, esetleg egy műteremre egy projektje megvalósításához. Ha a látogatók között van valaki, aki meg tudja adni a kért ellenszolgáltatást, akkor megköthetik a cserét.

- A világ legkorábbi ismert árverése: Kr. e. 500, Babilon – Hérodotosz (Kr. e. 484 körül–424). Idősebb Plinius (Kr. u. 23/24–79): kétszáz évvel korábbi történet: Kr. e. 146-ban, amikor a római birodalom seregei Achaia provincia néven uralmuk alá hajtották Hellászt, Korinthosz eleste után a városban szerzett hadizsákmányt annak rendje és módja szerint elárverezték. A megvételre kínált tárgyak között volt a Kr. e. 5. század végén működött thébai Ariszteidésznek egy festménye, amelyért II. Attalosz pergamoni király (Kr. e. 159–138) nem kevesebb, mint 600.000 sestertiust ígért. Lucius Mummius, a győztes római seregek hadvezére, és egyben a tartomány frissen kinevezett konzulja azonban – elsősorban éppen az összeg kiemelkedő nagysága miatt – felfigyelt a tételre, semmisé tette az Attalosz javára történt leütést, azaz „életbe léptette” az állami elővételi jogot, és a képet Rómába vitette, ahol azt Ceres templomában tették közzemlére. „Ez volt az első eset, hogy Rómában egy idegen festő munkáját nyilvánosan kiállították” – írja Plinius. Amikor rábízta a hajósokra a Rómába szállítandó képet, nyomatékosan a lelkükre kötötte, hogy nagyon vigyázzanak rá, mert ha annak az úton bármi baja történne – velük fogja azt újrafestetni, vagyis a művészeti érték csak a vagyoni értékében

reprodukálaladó. Kr. u. 79., Pompeji (1845): Lucius Cecilius Lucundus bankár, műkereskedő aukciós „számlái”: 137 írott viasztábla rabszolgák, élelmiszerek, háztartási eszközök és műtárgyak adás-vételéről.

- 17. század, Németalföld, árverések, képek adásvétele, 1701-től már azt is számon tartják, hogy mikor melyik a legdrágább (1701. április 20., Amszterdam, Gerrit Dou: Interieur met vrouw en kind (Szobabelső asszonnyal és gyermekkel); a kép később megsemmisült; 3520 gulden (Rembrandt életében soha 500 guldennél többért nem adta el egyetlen festményét sem – kortársa, Rachel Ruysch 1000–1200 guldent is kapott egy-egy képéért –, 1639-ben 13.000 guldenért vásárolta meg az amszterdami házát (négy Dou-kép ára!), egy lelkész évi 500, egy ács évi 450 guldent keresett)

Pernecky Géza: „Rembrandtról tudjuk például, hogy kénytelen volt néha magas áron visszavásárolni az árveréseken felbukkanó képeit, nehogy a túlkínálat leszorítsa az árait” Francis Haskell: „Rembrandt, ha vásárlóként olykor maga is részt vesz árveréseken, felveri az árakat, hogy »növelje mestersége presztízsét«, hiszen „»a magas áraknak, melyeknek köszönhetően a művész anyagi körülményei javulnak, szimbolikus jelentőségük van. A közönség szemében növelik a művész ázsíóját.«”

- Fordulat: 1830, Párizs: Jean-Marie-Fortuné Durand (1800–1865) párizsi papírkereskedő, aki a boltjában festékeket és rajzszerkeket is árult, amelyekért sok művész-vevője, nem lévén pénzüik, képekkel fizetett – a felhalmozódott anyagból képkereskedést nyit

Herbert Frank: „alighanem ő volt az első, aki a képek eladását, a mai értelemben vett műkereskedést olyan speciális üzletkörnek tekintette, amely kereskedői vállalkozás alapja lehet”

És hogy Durand úr (akinek a galériája egyébként egészen 1975-ig működött) 1830-ban aligha számított rosszul, azt jelzi, hogy Párizsban 1850-ben már 67 műkereskedelmi galéria várta a vásárlókat, 1930-ban pedig már mintegy kétszáz.

Mi van mögötte?

Hannah Arendt (1906–1975) német–amerikai filozófus: A kultúra válsága (Múlt és jövő között, Osiris Kiadó, Budapest, 1995): „a kultúra termékeit a nyárspolgárok először haszontalannak nyilvánították és megvetették, mígnem a művelt nyárspolgár le nem csapott rájuk, olyan fizetőeszköznek tartván őket, amellyel magasabb társadalmi pozíciót vásárolhat magának, vagy nagyobb önbecsülésre tehet szert – azaz magasabbra juthat, mint ami saját véleménye szerint a dolgok természetes rendjében, vagy a születés alapján megillette volna. A kultúra értékei ebben a folyamatban bármely más hasonló értékhez hasonló bánásmódban részesülnek, vagyis, az értékre mindig is jellemző módon, csereértékként funkcionáltak.” A másik oldalról, a művészek felől nézve:

Rippl-Rónai József – 1887-től Párizsban (és ebből két évig Munkácsy Mihály mellett) dolgozott: „Az bizonyos, hogy ha nem vagyok egy kissé éber, és nem gondolkodok előre, végzetes is lehetett volna rám nézve a jómód látszata, és a képkereskedőkkel való sűrűbb érintkezés, a gazdag amerikai hentesek műszeretete... (...) Kezdetben az ember szeme előtt káprázatos minden. Elég, hogy az egészségtelen áramlat elsodorja az élő halottak közé, amint ez – azokban a 90-es években – nagyon lehetséges volt. Emlékszem világosan, hogy nem csak Munkácsynak volt az a kívánsága, hogy »eladható képeket« kell festeni, hanem abban a művészi körben aszerint volt valaki taksálva, hogy milyen üzleteket bonyolítanak le velük a képkereskedők.”

- Ma a világban nagyjából 25 ezer aukciósház, 375 ezer galéria, 3 millió ember él ebből. 2018-ban a világ teljes műkereskedelmi összbevétele 67 milliárd 380 millió dollár; ez durván húszezer milliárd forint. 2020-ban 50,1 milliárd dollár – 22%-os csökkenés 2019-hez képest és 27%-os csökkenés 2018-hoz képest. A bevételek 61 százalékát az 1 millió dollár felett elárverezett műalkotások adják – ezek a licitre kerülő tételek 1 százaléka! Hatalmas üzlet – tehát befolyásolják.

Hans Belting: „a galériák vezetőinek piaci stratégiája dönt arról, hogy mi válik később művészettörténetté, és mi nem”

Golovits Lajos: „Hogyan áll össze egy mű ára? Húsz százalékban a szerző nevéből, nyolcvan százalékban a műkereskedő nevéből”

Judith Benhamou-Huet francia műtárgypiaci szakértő sok dolgot sorol fel, hogy miből áll össze egy árverésen egy műtárgy ára: ebből a művész az ötödik! (hol, melyik árverezőház, ki adja el, kié volt korábban stb.)

Hans Belting: A műalkotások ára kulturális rangjuk cégére is (...) Az árak természetesen a piac törvényei szerint alakulnak és ezért könnyen keltik azt a benyomást, hogy a művészet pusztán áruvá silányul, amellyel a pénzüket befektetni szándékozók spekulálhatnak. A magas árak, amelyeket olykor még élő művészek alkotásai is elérhetnek, azonban más megvilágításban is szemlélhetők. Ezek a művészet ama régi mítoszának szemléletes szimbólumai, amely napjainkban már csak az árakban fejeződhet ki; sőt az árak fokozatosan magukra veszik azt az aurát is, amelyet a művészet egyre inkább elveszít. Az árak ámulatot keltenek – pedig ez tulajdonképpen a művészet feladata lenne, amelyet maga, a saját eszközeivel, már nem tud teljesíteni. Ily módon az árak hozzájárulnak a művészet kívánatos reinitizálásához...”

- A szenzáció felkelti a vevők érdeklődését, keresletet indukál, ezzel árfelhajtó hatású. Nemcsak az lehetséges, hogy a nagyobb esztétikai értéket képviselő termékért magasabb árat hajlandó fizetni a vevő, hanem a fordítottja is: éppen a magasabb ár miatt válik sokak számára vonzóvá, sőt nagyobb

esztétikai értéket képviselővé az alkotás. Ilyen esetekben az ún. Veblen-hatás érvényesül (a vevők az ár nagyságából következtetnek a minőségre), mert a növekvő árra növekvő kereslettel reagálnak a vásárlók.

- 1990-es évek: impresszionista lufi (japán pénzemberek), Picasso, Banksy, Basquiat...

Pedig: Andy Warhol: ha van 200.000 dollárod, ne képet vegyél rajta, hanem a pénzt szögezd fel a faladra, mert akkor mindenki biztosan fogja látni, hogy ennyi pénzed van.

Az előadás után elhangzott kérdések és eszmecsere:

- A műkereskedelem innovatív folyamata: bitcoin, blockchain és NFT (non-fungible token) a forráskódban megjelenő tulajdonosi név, digitális kollázs 69 millió dollárért.

- A cápa mint a műkereskedelem állatorvosi lova

- A magyar művészek ázsiója (Reigl Judit, Maurer Dóra, Fehér László)