

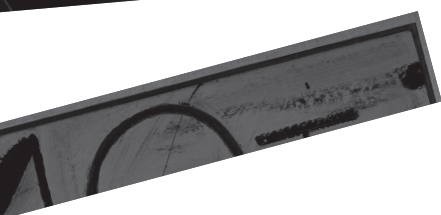
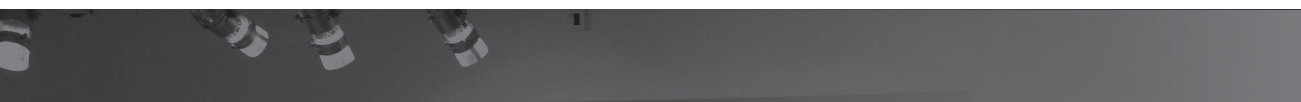
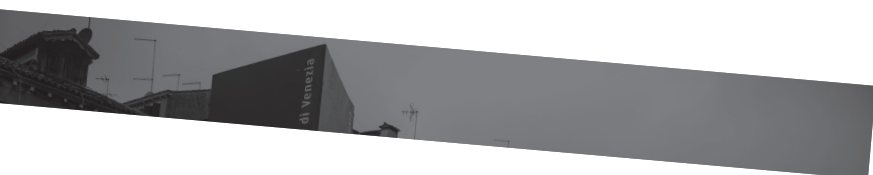
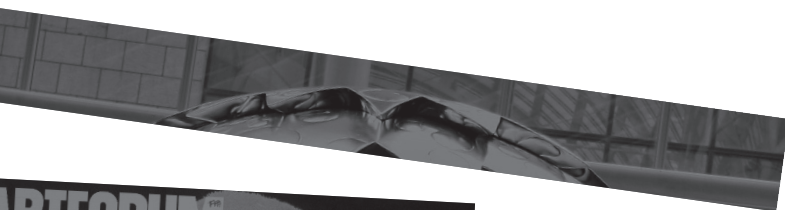


sarah Thorntonová

sedm dní ve světě umění

≡ KNIHA ZLIN

TEMA



Copyright © Sarah Thornton, 2008
All rights reserved
Translation © Eva Lee, 2016

ISBN 978-80-7473-497-7 (PDF)

Sarah Thorntonová

sedm dní ve světě umění

≡ **KNIHA ZLIN**

Obsah

úvod	9
aukce	19
seminář	49
veletrh	75
cena	99
časopis	125
atelier	153
bienále	181
poznámka autorky	207
doslov	215
poděkování	223
seznam literatury	231
seznam ilustrací	235
jmenný rejstřík	239



Willem de Kooning

Beze jména

Hirshhorn muzeum, Washington, USA

Úvod



Kniha ***Sedm dní ve světě umění*** je jako časová schránka, která uchovává informace o výjimečném období historie umění, v němž dosáhl trh s uměním svého vrcholu, návštěvnost muzeí rostla a více lidí si mohlo dovolit opustit svá běžná zaměstnání a začít se věnovat tvorbě uměleckých děl. Svět umění se roztáhl a začal se otáčet rychleji; stal se přitažlivějším, lákavějším a dražším. S příchodem globálního ekonomického ochlazení tento moment extáze pominul, ale v jádru zůstává jeho struktura a dynamika stejná.

Svět současného umění je volnou sítí překrývajících se subkultur, které drží pohromadě víra v umění. Jsou rozprostřeny po celém světě a koncentrují se ve významných uměleckých centrech New Yorku, Londýna, Los Angeles a Berlína. Živoucí umělecké komunity existují také v Glasgow, Vancouveru a Miláně, ale tato města jsou spíš periferií v tom smyslu, že umělci, kteří v nich tvoří, se často vědomě rozhodli zůstat právě tam. Umělecký svět je však přesto více polycentrický než ve dvacátém století, kdy byly jeho hlavními městy Paříž a New York.

Lidé zainteresovaní ve světě umění hrají jednu ze šesti různých rolí: umělce, dealera, kurátora, kritika, sběratele nebo specialistu aukční síně. Občas se vyskytne i umělec píšící kritiky nebo obchodník, který sbírá umění, ale sami přiznávají, že není vždy snadné dělat dvě věci zároveň a že jedna z identit má tendenci převládat podle toho, jak lidé vnímají jejich práci. Nejtěžší je být uvěřitelným nebo úspěšným umělcem, zároveň však zásadní rozhodnutí

dělají obchodníci, kteří usměrňují pohyb hráčů na hracím poli. Jeff Poe, obchodník objevující se v několika kapitolách této knihy, říká: „V uměleckém světě nejde o moc, ale o kontrolu. Moc může být vulgární. Kontrola je chytřejší, detailnější. Začíná u umělce, protože na jeho díle záleží, jak se hra rozehraje, ale umělec musí vést otevřený dialog s konspirátorem. Klidná kontrola – provázená důvěrou – je to, oč ve světě umění opravdu jde.“

Je třeba si uvědomit, že *svět* umění je mnohem širší pojem než *trh* s uměním. Trhem se rozumí skupina lidí nakupujících a prodávajících umělecká díla (tedy obchodníci, sběratelé a aukční domy), avšak mnozí hráči uměleckého světa (kritici, kurátoři a samotní umělci) se těchto obchodních aktivit přímo pravidelně neúčastní. Svět umění je sférou, v níž mnozí lidé nejen pracují, ale přímo ji nastálo obývají. Je to „symbolická ekonomika“, v níž si lidé vyměňují nápady a kde se o kulturní hodnotě debatuje, namísto aby ji určovala hrubá peněžní síla.

I když je umělecký svět často charakterizován jako netřídní společenská scéna, kde umělci z nižší střední třídy popíjejí šampaňské s manažery hedgeových fondů vydělávajícími miliony, akademicky vzdělanými kurátory, módními návrháři a jinými „kreativci“, bylo by chybou si představovat, že jde o rovnostářské nebo demokratické prostředí. Umění je o experimentu a idejích, ale dokonalost a výlučnost v něm mají také své místo. Ve společnosti, v níž každý usiluje o trochu toho uznání, se vám může z takové kombinace snadno zatočit hlava.

Svět současného umění je něco, co by Tom Wolfe nazval „statusférou“. Utváří se podle nejasné a často protichůdné hierarchie slávy, důvěryhodnosti, domnělého historického významu, vztahu k institucím, vzdělání, inteligence, bohatství a atributů jako je velikost sbírky. Když jsem se pohybovala světem umění, bavilo mě pozorovat, jak všichni zainteresovaní zakoušeli strach o své postavení. Obchodníci mohou mít obavy kvůli umístění svého stánku na prodejní přehlídce, sběratelé chtějí být prvními, kdo spatří nejnovější „mistrovská díla“ – to jsou ty nejviditelnější příklady, ale tyto pocity se nevyhýbají nikomu. Jak mi pověděl John Baldessari, umělec žijící v Los Angeles, který moudře a vtipně promlouvá na stránkách této knihy: „Umělci mají velká ega, ale to, jak se jejich ego projevuje, se časem proměňuje. Otravuje mě, když mi lidi cpou své „úspěšné“ životopisy. Vždycky jsem byl toho názoru, že by se problém vyřešil, kdyby někdo vynalezl systém značení – třeba stužkami nebo odznaky. Pokud vystavujete na Whitney Biennial nebo v Tate, mohlo by se to objevit na vašem kabátě. Umělci by mohli nosit výložky jako generálové, aby každý hned znal jejich hodnot.“

Pokud bychom měli najít jeden princip, který je celému světu umění společný, bylo by to přesvědčení, že nic není důležitější než umění. Někteří lidé tomu opravdu věří; jiní vědí, že je to jen móda. Společnost vně umění je každopádně často opovrhovaná jakožto irelevantní a kontaminovaná.

Když jsem studovala historii umění, setkala jsem se naštěstí s dostatečným množstvím čerstvě vytvořených uměleckých děl. Nikdy jsem však neměla jasnou představu o tom, jak díla kolují, jak se jim dostane pozornosti kritiky nebo jak se dostanou do povědomí, jak se nabízejí, prodávají či sbírají. V dnešní době se díla žijících autorů stala ve větší míře součástí programu studia dějin umění. Je proto vhodné pochopit prostředí, do kterého se umělecké dílo po dokončení dostává a procesů svého zhodnocení, jimiž prochází na cestě mezi ateliérem a stálou sbírkou v muzeu (nebo smetištěm, anebo kterýmkoliv z přehrášle míst mezi těmito dvěma póly). Jak říká kurátor Rober Storr, který má rozhodující roli v kapitole Bienále: „Funkcí muzea je znovu učinit umění bezcenným. Vytáhnout dílo z trhu a umístit ho na místo, kde se stane součástí společného bohatství.“ Z mého výzkumu vyplývá, že velká díla se jen tak sama neobjeví; jsou tvořena – nejen umělci a jejich asistenty, nýbrž také obchodníky, kurátory, kritiky a sběrateli, kteří podporují práci umělce. Tím neříkám, že umění je bezvýznamné nebo že dílo, které se dostane do muzea, si nezaslouží tam být. V žádném případě. Jde jen o to, že kolektivní přesvědčení není tak jednoduchá ani tajemná věc, jak by si jeden myslel.

Jedním z témat, která se opakují v příbězích této knihy, je to, že současné umění se stalo jakýmsi alternativním náboženstvím pro ateisty. Umělec Francis Bacon jednou řekl, že člověk se může klamat jen chvíli, dokud si neuvedomí, že je jen náhodou ve velkém plánu všech věcí. Pak dodal: „Malování – a všechno umění – se stalo hrou pro rozptýlení člověka... a umělec se musí do této hry opravdu ponořit, aby za něco stál“. Pro zainteresované a fanoušky je umění stavící na konceptu jakýmsi existenciálním kanálem, skrz který získává jejich život smysl. Vyžaduje schopnost učinit krok do neznáma, ale vede také k pochopení důsledků. Stejně jako kostely a jiná místa rituálních setkání plní i společenskou funkci, také události kolem umění vytvářejí komunitu, kterou spojují společné zájmy. Editor a redaktor Eric Banks, který se objevuje v kapitole 5, tvrdí, že nadšená společenskost uměleckého světa přináší nečekané výhody: „Lidé opravdu mluví o umění, které vidí,“ řekl. „Když čtu něco, řekněme, od Roberta Bolaña, nenajdu mnoho lidí, se kterými bych se o tom mohl bavit. Čtení trvá dlouho a je soukromé, zatímco umění podporuje rychlý vznik pomyslného společenství.“

Navzdory jeho sobectví je pro umělecký svět velmi důležitá shoda názorů stejně jako individuální analýza nebo kritické myšlení. V tom se podobá společnosti zanícených následovníků čehokoliv. Umění sice uctívá neobvyklost, je však také bohatým zdrojem konformity. Umělci vytvářejí díla, která „vypadají jako umění“ a chovají se způsobem, který posiluje stereotypní představy. Kurátoři uspokojují očekávání svých kolegů a správních rad svých muzeí. Sběratelé se sbíhají v celých stádech, aby nakoupili díla malířů, kteří právě frčí. Kritici vztyčují ukazovák, aby zjistili, kterým směrem vane vítr veřejného mínění, aby „nenarazili“. Originalita se často nevyplácí, ačkoliv někteří lidé skutečně riskují a inovují, což ostatním dává vnitřní smysl jejich práce.

Rozkvět trhu s uměním tvoří část děje, který se odehrává na pozadí této knihy. Chceme-li se ptát, proč se trhu s uměním v posledních deseti letech tak dařilo, musíme si nejprve položit jinou otázku, která je s problematikou spojená: „Proč se umění stalo natolik oblíbeným?“ Příběhy této knihy neustále činí narážky na možné důvody. Zde bych však chtěla předložit několik nudných, vzájemně provázaných hypotéz. Zaprvé, lidstvo je vzdělanější než kdy jindy v historii a kulturní zboží s komplexnějšími významy se nám zalíbilo. (Procentuální podíl vysokoškolské populace v USA a ve Velké Británii se v posledních dvaceti letech rapidně zvýšil.) V ideálním případě umění provokuje myšlení a vyžaduje vynaložení aktivního úsilí, což přináší příjemné pocity. Zdá se, že některé sektory kultury „usínají“. Jiná oblast přitahuje velkou skupinu diváků, a to ta, jež se snaží čelit unaveným, tradičním postupům. Zadruhé, i když jsme vzdělanější, méně čteme. Naše kultura stojí na pevných základech televize nebo YouTube. Zatímco někteří lidé na tuto „sekundární ústní tradici“ naříkají, jiní poukazují na současný nárůst vizuální gramotnosti a s ní spojeným intelektuálním uspokojením, které je nyní běžnější než dřív. Zatřetí, v našem stále globalizovanějším světě je i pro umění jednodušší překračovat hranice. Mnohem snáze než kulturní projevy vázané na slova se z něj může stát *lingua franca* a společný zájem mnoha rozdílných skupin.

Dalším důvodem, proč umění získalo na popularitě, je ironicky to, že se jeho cena tolik zvýšila. Vysoké ceny přitahují média, díky nimž umění dostalo punc luxusního zboží a symbolu společenského postavení. V době rozkvětu trhu s uměním nejzámožnější vrstva lidstva ještě více zbohatla a svět spatřil zrození miliardáře. Jak mi řekla Amy Cappellazová z Christie's: „Když už máte čtyři domy a soukromý tryskáč, co dalšího si můžete koupit? Umění je nesmírně obohacující. Proč by lidé neměli chtít být vystaveni idejím?“ Je jisté, že počet lidí, kteří umění nejen že sbírají, ale přímo je hromadí, se zvýšil z několika stovek na pár tisíc. V roce 2007 se v Christie's prodalo 793

uměleckých děl, jejichž cena přesáhla jeden milion dolarů. Jedinečné umělecké výtvary se v našem digitálním světě plném klonovatelných kulturních předmětů přirovnávají k nemovitostem. Mají hodnotu pevného majetku, který se jen tak nevypaří. Aukční domy také začaly oslovovat lidi, kteří dříve měli pocit, že jim kupování uměleckých děl nepřísluší. Zjevný příslib dalšího prodeje podpořil vizi uměleckého díla jako výhodné investice a poskytl tak trhu „větší likviditu“.^[1]

V době, kdy byl trh velmi silný, dělalo mnohým lidem starosti, že potvrzení tržní hodnoty díla by mohlo zastínit ostatní reakce na ně. V dnešní době se rekordní ceny vyskytnou jen občas a zřídka, a na důležitosti získávají jiné druhy podpory, například pozitivní kritika, umělecké ceny a výstavy v muzeích. Také se méně stává, že by se umělci nechali rozhodit neovladatelnou touhou prodávat svá díla. I ten nejpodnikavější obchodník vám řekne, že vydělávání peněz by mělo být vedlejším produktem umělecké tvorby, ne umělcovým hlavním cílem. Umění potřebuje hlubší motivaci než je výdělek, pokud si má uchovat svou odlišnost a nadsled nad jinými formami kultury.

Jelikož je svět umění tak různorodý, nepřehledný, ba přímo tajnůstkářský, je těžké jej zobecňovat a nemožné poskytnout o něm vyčerpávající informace. Navíc je málokdy opravdu snadné získat do něj přístup. Snažila jsem se poukázat na tyto problémy poskytnutím sedmi příběhů, které se odehrávají v šesti městech ležících v pěti zemích. Každá kapitola je deníkovým záznamem jednoho dne. Tento přístup, doufám, čtenáři z pozice insidera dostatečně přiblíží vnitřní mechanismy konkrétních institucí zásadních pro existenci světa umění. Všechny příběhy jsou postaveny na přibližně třicítce až čtyřicítce detailních rozhovorů a mnoha hodinách zákulisního „pozorování účastníků“. I když se pro podobnou výzkumnou metodu většinou používá přirovnání „být někde jako moucha na zdi“, spíš jsem se cítila jako „kočka na lovu“, protože dobrý pozorovatel je jako toulavá kočka. Je zvědavý a interaktivní, ale není hrozbou. Někdy může být dotěrný, ale je snadné jej ignorovat.

V prvních dvou kapitolách se věnuji protichůdným extrémům. Aukce je podrobným popisem večerní dražby v Christie's v newyorském Rockefellerově centru. Aukce fungují pro umělecké dílo jako konečná stanice – někdo říká márnice – a umělci na ně většinou nechodí. Seminář naproti tomu zkoumá

[1] Investiční hodnota umění přetrvává i v období recese. Kdo by si kdy pomyslel, že obraz od Willema de Kooninga bude bezpečnější aktivum než akcie banky Lehman Brothers? Na podzim 2008 tomu tak zjevně bylo.

život na legendárním kurzu kalifornského Institutu umění, jakémsi inkubátoru, v němž se ze studentů stávají umělci a naučí se vyjadřovat jazykem svého oboru. Aukční síň se svou rychlou akcí a bohatstvím nesmírně lišila od umělecké školy, v níž se vede hloubavý a úsporný život. Oba póly je však nutné pochopit, abychom mohli proniknout do tajů fungování uměleckého světa.

Podobně také kapitoly Veletrh a Ateliér stojí navzájem v opozici; jedna se zabývá spotřebou a druhá výrobou. Ateliér je ideálním místem pro pochopení práce konkrétního umělce, ovšem veletrh je elegantním tržištěm, kde davy návštěvníků a hustota uměleckých děl na metru čtverečním člověku znemožňují soustředit se na vychutnání jakéhokoliv uměleckého výtvoru. Veletrh umění Art Basel v Basileji je událost, která přispěla k mezinárodnímu a zároveň sezónnímu pojetí uměleckého díla. Umělec Takaši Murakami, který se objevuje i v Basileji, je hlavním protagonistou kapitoly Ateliér, jež se odehrává ve třech jeho dílnách a slévárně v Japonsku. Murakamiho ateliéry jsou mnohem větším podnikem než Warholova Fabrika. Nejde jen o budovy, v nichž umělec tvoří. Ateliér je zároveň jevištěm, na němž se odehrává jeho umělecký záměr, a platformou pro vyjednávání s kurátory a dealery.

V kapitolách 4 a 5, Cena a Časopis, najdete příběhy pojednávající o debatě, posuzování a veřejné prezentaci. Cena sleduje den, kdy porota v čele s ředitelem britské Tate Gallery Nicholasem Serotou rozhoduje o tom, který ze čtyř finalistů vystoupí na pódium při slavnostním předávání Turnerovy ceny, aby převzal šek na 25 000 liber. Kapitola zkoumá podoby soupeření mezi umělci, funkcemi různých ocenění v jejich životě a vztahy mezi médií a muzeem.

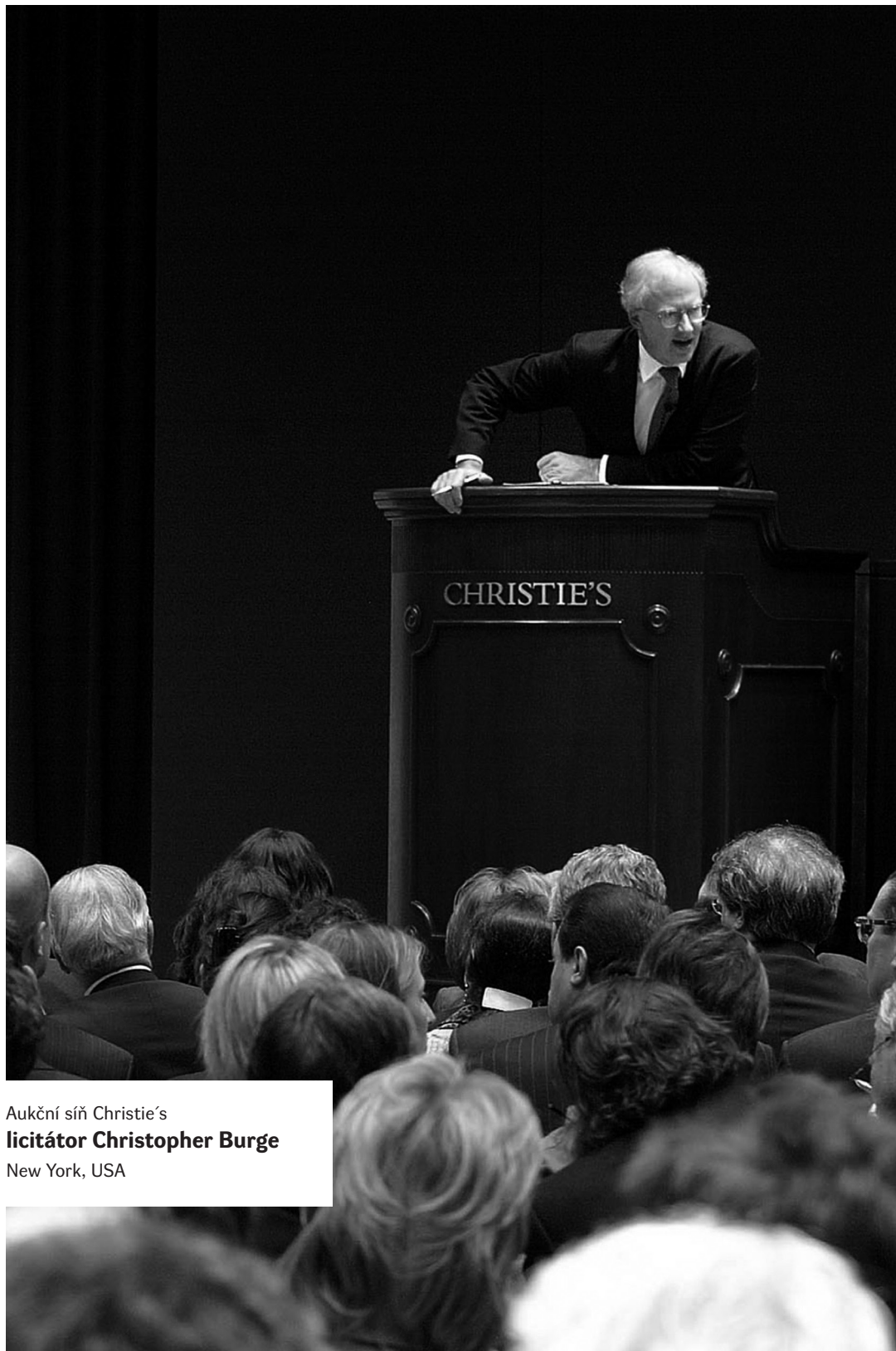
V kapitole Časopis se zabývám různými perspektivami funkce a integrity umělecké kritiky. Nejprve sleduji editory časopisu *Artforum International*, což je oborový časopis tištěný na lesklém papíru. Poté se vrhám do konverzace s vlivnými kritiky, jako je například Roberta Smithová z deníku *New York Times*. Pak pronikám na konferenci kunsthistoriků, abych zjistila, jaké mají názory. Tato kapitola se zabývá mimo jiné tím, jaký vliv má titulní stránka a recenze časopisu na způsob, jakým se umělecké dílo a umělec sám zapisují do historie.

Poslední kapitola Bienále se odehrává v Benátkách uprostřed zmatku nejstarší mezinárodní výstavy tohoto druhu. Benátské bienále je matoucí, protože se tváří jako příležitost udělat si dovolenou, ale ve skutečnosti jde o intenzivní profesionální událost, která je natolik společenská, že je těžké soustředit se na umění. A tak je tato kapitola poctou pro ty kurátory, kteří navzdory všemu i v Benátkách uměním žijí. V kapitole také reflektuji esen-

ciální význam paměti pro pochopení současnosti a význam vzhledu do minulosti pro určení toho, co je vynikající.

Struktura sedmi dnů odráží mé přesvědčení, že umělecký svět není „systém“ či hladce běžící stroj, ale spíš shluk konfliktních subkultur, z nichž každá má jinou definici umění. Všichni, kdo v knize promlouvají, se shodnou na tom, že umění by mělo probouzet myšlení. V Aukci je však umění v zásadě předmětem investice a luxusu. V Semináři je to intelektuální snaha, životní styl a povolání. V kapitole Veletrh je umění fetišem a koníčkem – toto pojetí se mírně liší od aukce. V Ceně je umění muzejním lákadlem, novinovým příběhem a dokladem umělcovy hodnoty. V Časopise je omluvou pro existenci slov; je to něco, o čem se diskutuje a co se propaguje. V Ateliéru jde o všechno výše zmíněné – to je také důvod, proč je Murakami ze sociologického hlediska tak fascinující. A nakonec v Bienále je umění záminkou k vytváření společenských kontaktů, zvědavost v mezinárodním měřítku a ponejvíce pak je hlavní ingrediencí skvělé show.

Ačkoliv kniha *Sedm dní ve světě umění* může působit jako smršť příběhů shrnutých do jednoho týdne, její vznik byl dlouhý a pomalý proces. Při svých dřívějších etnografických výzkumech jsem se ponořila do nočního světa londýnských tanečních klubů anebo jsem pracovala v přestrojení jako „brand manažerka“ v reklamní agentuře. I když jsem se horlivě snažila proniknout k jádru věci, za čas mě tato prostředí unavila. Umělecký svět ovšem navzdory vyčerpávajícímu výzkumu považuji stále za fascinující. Jedním z důvodů je jistě fakt, že je ohromně složitý. Další důvod se vztahuje k tomu, jak tato oblast lidské činnosti stírá hranice mezi prací a hrou, místním a mezinárodním, kulturním a ekonomickým. Mám pocit, že tím poukazuje na podobu společenských světů budoucnosti. A i když mnozí znalci uměleckého světa na něj rádi hází špínu, já musím souhlasit s vydavatelem *Artfora* Charlesem Guarinem: „Je to místo, kde nacházím spřízněné duše – dostatečně divné, převzdělané, anachronické, anarchistické lidi, kteří mě činí šťastným.“ Na závěr bych chtěla říct, že když utichne hovor a davy se rozejdou, je možné zažít dokonalé blaho v místnosti plné dobrého umění.



Aukční síň Christie's
licitátor Christopher Burge
New York, USA

1

aukce





Je 16.45 jednoho listopadového dne v New Yorku. Christopher Burge, hlavní licitátor aukční síně Christie's, právě zkouší zvuk. Pět zaměstnanců přeměřuje vzdálenost mezi židlemi, aby se do místnosti vešlo co nejvíc dobře situovaných klientů. Díla autorů jako je Cy Twombly a Ed Rusha, která jsou považována za spolehlivou investici, visí na béžové tapetě na stěnách aukční síně. Kritici přirovnávají interiér k drahému pohřebnímu ústavu, někomu se ale jeho retromoderní atmosféra připomínající 50. léta líbí.

Burge se opírá o pultík z tmavého dřeva a vyvolává do prázdného sálu uvolněnou britskou angličtinou číslovky. „Milion sto. Milion dvě stě. Milion tři sta. Pro Amy a jejího dražitele na telefonu. Ne pro vás, pane. Ani pro vás, madam.“ Usměje se. „Milion čtyři sta tisíc dolarů pro dámu vzadu... Milion pět set tisíc, děkuji, pane.“ Pohledem zabrousí k imaginárnímu pultu, u kterého budou za dvě hodiny zaměstnanci Christie's obsluhovat telefony, a zjišťuje, nepřijde-li další nabídka. Trpělivě vyčkává, pokynutím hlavy potvrdí operátorovu informaci, že dražitel na telefonu už výš nepůjde, a opět se vrací pohledem do aukční síně, aby se zaměřil na své další dva fiktivní dražitele. „Hotovo?“ pronese laskavým tónem. „Prodávám... za milion pět set tisíc dolarů pánovi v uličce,“ a udeří kladívkem krátce a prudce, až nadskočím.

Kladívko umocňuje dění v síni a vynáší rozsudek. Slouží jako tečka na konci prodeje každé položky, ale je také malým potrestáním pro ty, kdo nešli s nabídkou dostatečně vysoko. Burge je velmi jemně láká na cukr: *Toto*

unikátní umělecké dílo může být vaše, není krásné? Podívejte, kolik lidí by ho chtělo, přidejte se, žijte trochu, nestrachujte se o peníze... Potom v jediném okamžiku uštědří všem kromě autora nejvyšší nabídky ránu bičem, jakoby rytmus prodeje jediné položky reprezentoval svádění a vášně celého uměleckého trhu.

Licitátoři, podobně jako herci, mají své úzkostné sny, a jedním z motivů, které se v takových snech vyskytují, je právě prázdná aukční síň. Jiným motivem je nahota před publikem. Pro Burgeho je však nejhorší noční můrou sen, ve kterém nemůže uskutečnit prodej, protože není schopen se vyznat ve svých nečitelných poznámkách. „Jsou tam stovky lidí, nervozita narůstá,“ vysvětluje Burge. „Jako když se hercům zdá, že slyší repliku, na kterou mají navázat, ale nemůžou vyjít na scénu. Já zas nemůžu začít dražit, protože moje poznámky nemají hlavu ani patu.“

Mnozí by dali všanc svůj život, aby se dostali k Burgeho přísně tajným poznámkám. Dají se popsat jako scénář aukce. Poznámky k té dnešní čítají šedesát čtyři stran, jedna stránka pro každou položku. Na každé stránce je zasedací pořádek s vysvětlivkami, které informují o tom, kdo se chystá nabízet a jestli jde o agresivního dražitele nebo o „pana opatrného“, který se snaží udělat výhodný kup. Na každé stránce si Burge také poznamenal, kolik nabízejí dražitelé v nepřítomnosti, jaká je rezerva prodejce (to je cena, pod kterou se dílo nesmí prodat), a téměř u čtyřiceti procent položek má uvedeno, kolik činí záruka, čili suma, kterou prodávající dostane nehledě na to, jestli se dílo prodá nebo ne.

Významná aukce současného umění se koná v newyorské Christie's dvakrát do roka (v květnu a listopadu) a v londýnské Sotheby's třikrát za rok (v únoru, červnu a říjnu). Tyto dvě síně mají společně pod kontrolou 98 procent světového aukčního prodeje umění. V angličtině může pro aukci používané slovo *výprodej* naznačovat slevy a nízké ceny, ale v aukční síni jde o to, vyhnat cenu co nejvyšší. Právě tyto výjimečné ceny udělaly z uměleckých aukcí divácky oblíbený sport společenské smetánky. Odhad prodejních cen se pro dnešní večer pohybuje od 90 000 dolarů po sumy natolik závratné, že informace o nich jsou k mání pouze „na vyžádání“.

„Až dražba začne,“ vysvětluje Burge, „pojedu na plný plyn. Budu to mít natrénované, prošel jsem si všechny možné scénáře padesátkrát, je to k zbláznění.“ Burge si upraví kravatu a narovná svůj tmavě šedý oblek. Má tak obyčejný účes, že je těžké jej popsat. Má také perfektní výslovnost a kontrolovanou gestikulaci. „Na těchto večerních aukcích,“ pokračuje, „je obecenstvo spíš nepřátelsky naladěné. Jako v koloseu se zde čeká na znamení

palcem – buď nahoru, nebo dolů. Chtějí buď úplnou katastrofu, potoky krve a řev: „Odtáhněte ho,“ anebo rekordní ceny, obrovské vzrušení, legraci – veselý divadelní večer.“

Burge je považován za nejlepšího ve svém oboru. Říká se o něm, že je celkově okouzující a je schopen udržet aukční síň pod kontrolou. Já ho vnímám spíš jako sebevědomého dirigenta orchestru anebo autoritativního ceremoniáře než jako oběť gladiátorského zápasu. „Kdybyste jen věděla, jaký mám strach,“ vysvětluje. „Aukce je jednou z nejnudnějších událostí, kterou lidstvo poznalo. Lidé na ní sedí celé hodiny a poslouchají jednoho idiota, který na chvíli nezavře pusou. Je tam horko. Je to nepohodlné. Někteří usínají. Je to stresující pro zaměstnance a pro mě samotného je to děsivá zkušenost.“

Ale vypadáte, jako byste se výborně bavil, odporuji. „To dělá skotská,“ odpovídá s povzdechem.

Burgeova představitost se neomezuje pouze na ceny, které na aukci vyvolává. I v nejnudnější součásti světa umění mají aktéři svoje zvláštnosti. Burge sice vypadá až úzkostlivě konvenčně, nicméně ukazuje se, že tato zdánlivá obyčejnost je přinejmenším z části naučená: „Pořád si dělám starosti, že najedu na nějakou rutinu a stanu se svou vlastní karikaturou. Máme k dispozici armádu poradců a koučů, kteří nás pozorují. Natáčejí nás na video a po aukci dostáváme zpětnou vazbu, abychom se zbavili verbálních tiků, přehnaných gest a jiných osobitých znaků chování.“

Tlak veřejnosti je pro hráče na poli se současným uměním vcelku nová věc. Prodej děl žijících autorů se až do konce padesátých let dvacátého století nijak neroztruboval. Kariéra umělce, jako byl Picasso, se vytvářela v soukromé sféře. Lidé možná věděli, že je slavný, a říkali si: „Tohle by namalovalo i dítě,“ ale nikdy je nemohly šokovat ceny, za které se prodávala jeho díla, protože je neznali. V dnešní době se umělec může dostat na titulní stránku celostátního tisku jen díky tomu, že se jeho dílo prodalo v aukci za rekordní cenu. Navíc se ještě zkracuje doba mezi tím, kdy dílo opustí ateliér svého tvůrce, a tím, kdy je poněkolkáté prodáno. Sběratelé projevují zájem o nové, čerstvé a mladé umění jako nikdy předtím. Burge ovšem vysvětluje, že to souvisí také s aktuální nabídkou: „Dochází nám starší materiál, a tak se trh přesouvá směrem k současnosti. Měníme se z velkoobchodu s použitým zbožím na něco, co je v podstatě maloobchod. Nedostatek staršího zboží tlačí na výsluní novější práce.“

Burge odchází na klíčovou předprodejní schůzku, aby si potvrdil informace a přidal do svého tajného notesu poslední detaily. „Těsně před aukcí už většinou máme jasnou představu o tom, jak bude prodej probíhat,“ říká

obchodník z Christie's. „Zaznamenali jsme si každou žádost o informace týkající se stavu, oprav a restaurace díla. Většinu klientů známe osobně. Třebaže nevíme, jak moc budou tlačit na pilu, máme jasno v tom, kdo bude mít zájem o které dílo.“

Aukční domy se dříve řídily nepsaným pravidlem „snažit se“ neprodávat díla, která nebyla alespoň dva roky stará. Nechtěly se plést pod nohy obchodníkům s uměním, protože neměly čas ani zkušenosti s prodejem úplně čerstvých uměleckých děl. Prodej děl žijících autorů je navíc – až na čestné výjimky jako je Damien Hirst – považován za nepředvídatelný a nevýhodný. Jak mi řekl jeden zaměstnanec Sotheby's ve chvíli sdílnosti: „Nezabýváme se umělci, jen jejich prací, a je to tak jenom dobře. Strávil jsem s umělci spoustu času a jsou jako ta zatracená osina v zadku.“ Proto taky smrt umělce může být velmi výhodná, neboť ukončí dodávku nových děl, uzavře autorovo dílo a umožní trhu jasně se vymezit.

Většina umělců nikdy nebyla na aukci a ani po tom netouží. Cítí se zklamání tím, že aukční síně nakládají s uměním jako s každou jinou obchodovatelnou komoditou. Lidé ze světa aukčních síní hovoří o obrazech, sochách a fotografiích jako o „majetku“, „aktivech“ nebo „položkách“. Provádějí „hodnocení“ spíš než „kritiku“. Například „dobrý Basquiat“ byl vytvořen v roce 1982 nebo 1983 a obsahuje hlavu, korunu a červenou barvu. Pozornost se nesoustředí na význam uměleckého díla, nýbrž na charakteristiky umožňující dobrý prodej, což vede k fetišizaci raných či typických známek autorova stylu. Paradoxem je, že z celé škály lidí točících se kolem umění lze nejspíš od zaměstnanců aukčních domů očekávat, že ve snaze prodat použijí idealizované pojmy jako „génies“ či „mistrovské dílo“.

Obchodníci s uměním, kteří umělce zastupují, připravují výstavy čerstvě vytvořených děl a budují jejich kariéru, považují aukce za něco nemorálního až ďábelského. Jak se jeden z nich vyjádřil: „Napadají mě jen dvě profese, u nichž se k označení místa provozování živnosti používá slovo dům.“ Obchodníci na sekundárním trhu naproti tomu přijdou jen zřídka do kontaktu s umělcem, úzce spolupracují s aukčními domy a pečlivě rozehrávají hru trhu.

Primární dealeri se obvykle snaží neprodávat lidem, kteří nakoupené umění obratem prodávají na aukcích – nechtějí totiž ztratit kontrolu nad cenami díla svého autora. I když vysoké výtěžky z aukcí mohou primárnímu dealerovi umožnit zvýšení cen autorova aktuálního díla, finanční ohodnocení může také způsobit zmatek v umělcově kariéře. Mnozí vnímají aukci jako barometr uměleckého trhu. Dílo umělce se může dobře prodávat během jeho sólové výstavy v nějaké důležité výstavní síni, nicméně za tři roky se

může stát, že cena při aukci nedosáhne výšky rezervované ceny a dílo utrpí potupu v podobě nálepky „nevydraženo“. Aukční domy zhoršují dramatické výkyvy vkusu, když publikují informace o tom, že někdo byl minulý rok ochoten zaplatit půl milionu dolarů za dílo určitého autora, ale letos se podobné dílo stejného umělce prodalo za necelého čtvrt milionu. Dosažení rekordní ceny oživuje vnímání díla v očích veřejnosti. Podobně lze neúspěch v aukci přirovnat k návštěvě zubaté s kosou.

Je 17:30. Měla bych být o půl bloku dál a dělat rozhovor s odborným konzultantem umění Philippem Ségalotem. Proběhnu kolem Gila, oblíbeného dveřníka Christie's, na 49. západní ulici a stihnu vejít do kavárny půl minuty před mým protějškem. Ségalot dříve pracoval v Christie's a teď je spoluvlastníkem významné poradenské firmy, která se jmenuje Giraud, Pissarro, Ségalot. Člověk jako on může s finanční podporou svých klientů umělci „vytvořit trh“.

Oba si dáváme rybí carpaccio a perlivou vodu. Ačkoliv má Ségalot na sobě klasický oblek, jeho vlasy jsou silně nagełované a on tak není ani in ani out, ale prostě svůj. Ségalot nikdy umění nestudoval. Udělal si MBA, potom pracoval v marketingu pro L'Oréal v Paříži. Vysvětluje, že „není náhodou, že jsem přešel od kosmetiky k umění. Oba obory se zabývají krásou. Zabývají se něčím postradatelným, něčím abstraktním.“

Ségalot mluví velmi rychle a vzrušeně s výrazným francouzským přízvukem. Dlouhodobě působí jako poradce samostatného miliardáře Françoise Pinaulta, který je jednak majitelem Christie's a jednak významným sběratelem. Tím pádem třímá v ruce dvousečný meč.^[2] Když Pinault svěří dílo Christie's, buď vydělá na prodeji anebo – pokud se dílo nevydraží – přidá další kousek do své sbírky. „François Pinault je mým oblíbeným sběratelem,“ vyznává se Ségalot. „Má opravdovou vášeň pro současné umění a výjimečný instinkt na mistrovská díla. Rozumí kvalitě. Má neuvěřitelné oko.“ Klíčovým momentem v práci odborného konzultanta je vytvořit mystiku sbírky, na níž pracuje. Každé umělecké dílo, které se stává součástí Pinaultovy sbírky, tím nabývá na hodnotě. Původcem je sice sám umělec, dílo je však zásadně zhodnocováno rukama, jimiž prochází. A tak každý, kdo se podílí na trhu s uměním, mu přidává na hodnotě.

[2] V roce 2007 se Pinault umístil na 34. místě seznamu miliardářů v časopise Forbes. Vlastní mnoho luxusních značek, například Gucci, Yves St. Laurent, Sergio Rossi, Balenciaga a Château Latour.

Pinault je jedním z dvacítky sběratelů, se kterými Ségalt a jeho partneři pravidelně spolupracují. „V uměleckém světě je rozhodně nejlepší být sběratelem umění,“ vysvětluje Ségalt. „Na druhém místě jsme my. Lidé naším prostřednictvím nakupují práce, které bychom koupili sami, kdybychom si je mohli dovolit. Podržíme je několik dní či týdnů, ale nakonec jdou dál, a to přináší nesmírné uspokojení. Někdy pocítujeme závist, ovšem naše práce spočívá v nalezení správného sběratele pro konkrétní dílo.“

Jak Ségalt pozná, že narazil na to správné dílo? „To prostě cítíte,“ pronáší zapalově. „Nikdy si o umění nečtu. Nezajímá mě literatura zabývající se uměním. Odebírám všechny časopisy o umění, ale nečtu je. Nechci se nechat ovlivnit uměleckou kritikou. Dívám se. Nechám se naplnit obrazy. O umění není potřeba tak moc mluvit. Jsem přesvědčen o tom, že dobrá práce za sebe promlouvá sama.“ Víra v intuici je společná většině sběratelů, odborníků a dealerů, a rádi o ní mluví. Je ale vzácné, aby se člověk z branže dobrovolně přiznal k tomu, že nečte literaturu o umění. To vyžaduje odvahy. Velká skupina předplatitelů časopisů zaměřených na umění si prostě prohlíží obrázky a mnozí sběratelé si stěžují, že umělecká kritika, převážně ta vycházející v hlavním oborovém časopise *Artforum*, je nesrozumitelná. Většina odborných konzultantů je na druhou stranu hrdá na to, že se věnuje důkladnému bádání.

Lidé, kteří nakupují na aukcích, tvrdí, že je to jedinečná zkušenost: „Srdce se vám rozbuší. V krvi vám proudí adrenalin. I nejrezervovanější z kupců se pořádně zapotí.“ Pokud přihazujete v aukční síni, jste účastníkem show, a pokud něco koupíte, je to vítězství před zraky veřejnosti. Ve slangu aukčních síní se také říká, že někdo dílo „získal“. Ségalt tvrdí, že nikdy není nervózní, ale přiznává, že cítí něco na způsob milostného dobývání. „Nákup je velmi snadný. Mnohem těžší je odolávat pokušení koupit. Musíte být vybíravý a náročný, protože nákup díla je nesmírně uspokojujícím a mužným činem.“

Psychologie nákupu je složitá až zvrácená. Ségalt vysvětluje svým klientům, že „ty nejdražší nákupy – takové, při kterých vám srdce krvácí – se ukáží být těmi nejlepšími.“ Ať už je důvodem tvrdý boj s konkurencí anebo finanční zátěž, umění s sebou nese něco neodolatelného, co je těžké pochopit. Stejně jako láska, i umění zvyšuje touhu. „Přihodte, ale zároveň se připravte na to, že vaši nabídku navýším,“ varuje Ségalt své klienty. „Dostal jsem se vlastním přičiněním do situací, kdy jsem se obával mluvit po aukci se sběratelem, protože jsem nakoupil *významná* díla a utratil dvakrát tolik, než jsme měli dohodnuto.“

Snažím se položit otázku o vztahu konzultantovy práce a přepřácení umění. Když konzultanti pracují za provizi, nevydělají si, pokud nenakoupí. Pracují-li za honorář, nejsou vystaveni tomuto střetu zájmů. Zatímco však hledám odpovídající slova, kterými bych vhodně formulovala toto citlivé téma, Ségalot se podívá na hodinky a s lehkým zděšením ve tváři se omluví, vstane, zaplatí a prohlásí: „Bylo mi potěšením.“

Sedím, dopíjím vodu a třídím si myšlenky. Nadšení Ségalota je nakažlivé. Seděli jsme spolu skoro hodinu a celou dobu mluvil naprosto přesvědčivě. Pro jeho práci je tato schopnost klíčová. Trh s uměním je na jedné straně chápán jako nabídka a poptávka uměleckých děl. Na straně druhé jde o trh s vírou. Mottem oboru je rčení „Umění má pouze takovou hodnotu, jakou je za ně někdo ochoten zaplatit.“ Podobně jako ve vztahu podvodníka a jeho oběti, i zde vše stojí na lidech, kteří opravdu věří každému slovu, které vyřknou – alespoň v momentě, kdy ho pronášejí. Proces aukce spočívá v udržování důvěry na všech stupních – důvěry v to, že umělec je a zůstane významný; v to, že jde o dobré dílo; i v to, že ostatní nestáhnou svou finanční podporu.

18:35. Otočné dveře ve skleněné stěně sahající do druhého patra Christie's se nezastaví. Stále jimi procházejí lidé, kteří si koupili lístky na dnešní dražbu. Mnozí dealeři a konzultanti jsou už tady, protože večerní aukce je dobrou příležitostí potkat se a seznámit s nějakými těmi boháči. Ve frontě na šatnu a potom i v řadě na aukční mávátka lidé spekulují, kterým dílům se povede dobře, kdo bude pravděpodobně nakupovat a co. Každý něco ví. Lidé ztišují hlas, když vyřknou jméno nebo číslo položky, takže nezainteresovaný slyší jen závěr: „To půjde na dračku.“ nebo „To je strašně přehnaný odhad.“ Pomalu se rozcházejí na svá místa, sběratelé si vzájemně přejí hodně štěstí nebo se loučí slovy: „Uvidíme se v Miami.“ Všem září úsměvy na rtech.

Jedná se o mezinárodní sešlost. Je slyšet francouzština, ať už belgická, švýcarská nebo pařížská. Belgie a Švýcarsko jsou země s pravděpodobně největším počtem sběratelů současného umění na hlavu. Do druhé světové války byla hlavním centrem obchodu s uměním Francie. Po válce se toto centrum přesunulo do Londýna, kde zůstalo do začátku osmdesátých let. Ale teď význam Londýna poklesl a nakupující většinou přihazují přes telefon. Jak se tak dívám na to hemžení, je těžké uvěřit, že New York byl až do konce sedmdesátých let na periferii obchodu s uměním. Prodeje v Christie's začaly teprve v roce 1977, ale právě teď to tady podle slov jednoho z odborníků aukční síně „žije a všichni velcí hráči jsou v této místnosti“.

Vidím Davida Teigera, téměř osmdesátiletého sběratele žijícího v New Yorku. Mluví se zachovalou dámou, která bude přibližně v jeho věku.

„Které období sbíráte?“ ptá se žena.

„Dnešní ráno,“ odpovídá Teiger.

„Máte rád díla mladých umělců?“ vyptává se žena vážně.

„Ne vždycky se mi líbí, ale kupuju je,“ dělá si legraci Teiger.

„Takže... chystáte se dnes přihazovat?“

„Ne. Nechodím sem nakupovat. Chodím nasávat aroma nabízeného zboží – odhadnout, kam se ubírá vkus veřejnosti. Ne že bych se pak ubíral stejnou cestou. Vydám se směrem, kterým se jiní ani nepodívají, který ani nedocení.“

Teiger si zakládá na své nezávislosti. Aukce jsou na jeho vkus příliš prodchnuté stádní mentalitou. V roce 1963 koupil Andyho Warhola na výstavě ve Stable Gallery. „Víte, kolik jsem za něj zaplatil?“ ptá se. „720 dolarů! Víte, kdy MoMA koupila svého prvního Warhola? V roce 1982!“ Když má tohle za sebou, proč by teď utrácel 10 milionů dolarů za méně významného Warhola? Nehodilo by se to k dobrodružné představě, kterou o sobě má. Není takovým typem sběratele.

Kdo tedy nakupuje na aukci? Mnozí „seriózní“ sběratelé současného umění nakupují u primárních dealerů. Mít náskok je mnohem levnější, i když také riskantnější. Při následném prodeji už je riziko nižší, protože díla jsou prověřená trhem. Umění je neocenitelné, ale jistota stojí hromadu peněz. Malé procento sběratelů nakupuje pouze na aukcích. „Vyhovuje jim disciplína a pevný termín,“ objasnil mi jeden z ředitelů aukční síně Sotheby's. „Jsou velmi zaneprázdnění a aukce jim pomůže rozhoupat se k činu. Líbí se jim otevřenost veřejné dražby, zvláště pokud někdo nabízí cenu jen o něco málo nižší než oni. Také mají rádi jistotu, že zaplatili tržní cenu odpovídající konkrétnímu dni a místu.“

Důvodem k nákupu na aukci je snaha vyhnout se politikaření, které člověk může čekat od primárních prodejců. Ti se v zájmu budování kariéry svého umělce snaží prodávat jen sběratelům s odpovídající pověstí. A tak se na díla autorů – především takových, kteří tvoří jen omezený počet děl ročně – stojí předlouhé fronty. Někdy tak dlouhé, že na ty, kteří nejsou uznáni dostatečně elitními či erudovanými, se nikdy nedostane. Někteří lidé pracující pro aukční síně si stěžují na „úplný nedostatek materiálu na trhu“ a na „nedemokratické“ postupy primárních obchodníků. Jistý odborník ze Sotheby's se vyjádřil: „Abych byl upřímný, myslím, že ten seznam čekatelů je sprostárna. Aukce se s tím vypořádala, protože kdokoliv může skočit přímo na začátek fronty, když přijde nejvyšší částka.“

V 18:50 stoupám po schodech do aukční síně a přidávám se k zástupcům tisku, kteří jsou namačkáni v části pouze na stání vymezené červenými lany. Celé uspořádání dává novinářům jasně najevo, kde je jejich místo. Na dražbě starých mistrů v Sotheby's jsme dostali ponižující obrovské bílé samolepky PRESS. Je evidentní, že v hierarchii tohoto světa peněz a moci figurují zástupci tisku někde na dně. Jeden sběratel se vyjádřil o jistém novináři: „Zjevně není moc dobře zaplacený. Nemá přístup k důležitým lidem, a tak musí své články lepit ze zbytků. Musí to být otrava točit se kolem velké hostiny, když víte, že vás tam nechtějí.“

Výjimku tvoří jedna novinářka píšící pro *New York Times*. Carol Vogelová na vysokých podpatcích a se šedivým mikádem má rezervované místo před červeným hrazením, což jí umožňuje vstát a procházet se po místnosti. Je hrdým ztělesněním moci novin, pro které píše. Vidím, jak se baví s předními dealery a sběrateli, kteří chtějí mít možnost ovlivnit její zprávy, i když jejich tipy a názory jsou jen pořádnou porcí zmatených domněnek.

Ve středu strkajících se novinářů stojí Josh Baer. Ve skutečnosti nepracuje jako novinář, ale více než deset let vydává elektronický zpravodaj *The Baer Faxt*, který se mimo jiné zabývá tím, kdo nakupuje na aukcích. Baer se trochu podobá Richardu Gereovi; pohledný Newyorčan s hustou šedivou hřívou a brýlemi s černou obroučkou. Jeho matka je celkem známá minimalistická malířka a on sám provozoval deset let galerii, takže dobře zná umělecké kruhy. „Můj zpravodaj dobře přispívá k vytváření iluze transparentnosti,“ připouští. „Lidé mají příliš mnoho informací a jsou příliš nevzdělaní. Jejich znalosti jsou povrchní. Podíívají se na obraz a vidí jeho cenu. Myslí si, že jediná hodnota, kterou dílo má, je cena, kterou někdo zaplatí na aukci.“ Ačkoliv umělecký svět obecně – a trh s uměním o to víc – je značně neprůhledný, pokud máte přístup k důvěrným zdrojům, vidíte do věcí lépe. Baer vysvětluje, že „lidé rádi mluví o sobě a rádi ukazují, co vědí. I já musím právě teď s tímto pokušením bojovat – musím se snažit ovládnout nutkání ohromit vás vlastní důležitostí.“

Většina reportérů se zajímá jen o úzký okruh informací. Dělají si poznámky o cenách a snaží se zjistit, kdo přihazuje a kupuje. Nejsou to kritici umění. Nepíší o umění, jejich oborem je obchod s informacemi o tom, co kdo dělá. Jeden novinář „hlídá mávátka“, čili zapisuje si čísla na aukčních mávácích, když lidé přicházejí na svá místa, aby se později při dražbě snáze zorientoval, až licitátor ohlásí číslo vítězného dražitele. Ostatní se snaží zaznamenat, kde kdo sedí. Všichni reptají na to, že se musí v koutku pro tisk mačkat, a navíc, že odtud mají špatný výhled. Posmívají se okázalému sběrateli, který dostal

„špatné místo“ a klábosí o tom, jak nejlépe popsat člověka, který se prodírá ke své židli. „Osobitý,“ navrhuje umírněný britský dopisovatel. „Vulgární,“ říká Baer. „Šašek,“ pronáší rozhodným hlasem někdo ze zadní části davu.

Přestože aukční síň pojme tisícovku lidí, působí intimně. Místo k sezení je známkou postavení a důvodem k hrdosti. Přesně uprostřed místnosti sedí Jack a Juliette Goldovi (což nejsou jejich pravá jména), zanícený sběratelský pár, bezdětný, na prahu padesátky. Vždy v květnu a listopadu přiletí do New Yorku, ubytují se ve svém oblíbeném pokoji v hotelu Four Seasons a chodí na večere s přáteli do Sette Mezzo a Balthazara. „Je to tak,“ vysvětluje mi Juliette později, „že jsou tu místa na stání, příšerná místa, dobrá místa, lepší místa a místa v uličce – ta jsou nejlepší. Významní sběratelé, kteří nakupují – ti sedí vpředu a mírně napravo. Významní sběratelé, kteří nenakupují – ty najdete spíš vzadu. Pak máme samozřejmě prodávající, ti se skrývají nahoře v luxusních soukromých lóžích. Je to úplný obřad. Jen s malými výjimkami sedí všichni přesně na stejných místech jako v loňské sezóně.“ Jiný sběratel zase přirovnal večerní aukci k „návštěvě synagogy o svátcích. Všichni se znají, ale vídají se jen třikrát do roka, takže klevetí a povídají si o tom, co v mezičase podnikali.“ Kolují zde anekdoty o nejmenovaných sběratelích, kteří se natolik ponořili do klábosení, že zapomněli přihazovat.

Část potěšení z aukce spočívá v příležitosti být viděn. Juliette má na sobě šaty od Missoniho a kromě ohromného vintage diamantového prstenu od Cartiera nemá žádné šperky. („Je nebezpečné nosit na aukce Pradu,“ upozorňuje, „mohlo by se vám stát, že budete mít stejné šaty jako tři členové týmu Christie’s.“) Jack si oblékl jemně proužkovaný oblek od Zegny kombinovaný s kobaltově modrou kravatou Hermès. Jack a Juliette někdy kupují, někdy prodávají, ale většinou se aukce účastní proto, že tuto událost prostě milují. Juliette, jejíž evropsští rodiče sbírali umění, je romantička a Jack, jehož názory se odvíjejí od toho, jak se daří jeho obchodům s akciemi a nemovitostmi, je pragmatik. Juliette mi řekla, že „aukce je jako opera se svým vlastním jazykem, který se musíte naučit dekodovat“. Jack se tváří, jakože souhlasí, ale když nakonec promluví, popisuje zcela jinou událost. „Ano, i když se přímo aukce neúčastníte, emocionálně jste na ní zainteresovaný, protože máte doma podobná díla od deseti autorů. A aukce je okamžitým zhodnocením díla.“

Dnešní aukce je něco víc, než jen série šedesáti čtyř prostých obchodních úkonů; je to kaleidoskop protichůdných interpretací a finančních jednání. Když jsem se Jacka a Juliette zeptala, proč se podle nich sbírání umění stalo v posledních letech tak populárním, mluvila Juliette o tom, že si stále

více lidí začíná uvědomovat, jak může umění obohatit jejich život. Jack si naopak myslí, že za nárůstem sběratelství stojí fakt, že z umění se stal přijatelný způsob, jak „diverzifikovat vlastní investiční portfolio“. Dále říká, že „ačkoliv se to dřívějším ryzím sběratelům může zdát urážlivé, noví sběratelé vydělávající v hedgeových fondech jsou velmi opatrní na to, do čeho vkládají své peníze. Hotovost má v dnešní době tak malou návratnost, že se investice do umění nezdají být tak hloupým nápadem. Proto se trhu s uměním tak daří – není prostě příliš mnoho jiných lepších možností. Kdyby burza dvě až tři čtvrtletí za sebou prudce rostla, potom by paradoxně mohl mít trh s uměním problém.“

Svět umění je natolik malý a izolovaný, že jej příliš neovlivňuje politika. „Na aukci, která se konala po 11. září,“ vysvětluje Juliette, „člověk vůbec nevnímal, co se děje venku. Vůbec. Pamatuju si, jak jsem seděla na listopadové aukci a říkala Jackovi, že až odsud vyjdeme, Dvojčata budou zase stát a všechno na světě bude v pořádku.“

Velké pohromy vliv možná nemají, ale běžné pomluvy mohou zničit pověst díla. Jack mi pověděl o známých, kteří prodávali sbírku své babičky. „Měli v ní krásný obraz Agnes Martinové, ale nějak se rozneslo, že když se na něj člověk podívá vzhůru nohama za určitého osvětlení s přimhouřenýma očima, zjistí, že je poškozený. Celý umělecký svět se toho chytil. Cena šla dolů o dobrého půl milionu dolarů, jen kvůli tomu, že nějaký blbec tuhle pomluvu rozšířil. Naopak, když se o nějakém umělci roznese, že se bude stěhovat k Larrymu, všichni si od něj hned chtějí něco koupit, než půjdou ceny nahoru.“ Mluvil o Larrym Gagosianovi, jednom z nejmocnějších obchodníků s uměním na světě, který vlastní galerie v New Yorku, Los Angeles, Londýně a Římě, jenž ze zásady zvedá o polovinu ceny děl umělců, které začíná zastupovat.

Většina lidí přiznává, že si tyhle intriky užívá. Jsou však i tací, pro které je soutěživý podtón podobných debat nesnesitelný. Jistý londýnský obchodník by se nejradyji aukcím zcela vyhnul. Vysvětlil to takto: „Jen tak mezi námi, jsou to zasraní pokrytci. Všichni po sobě jdou. Jejich rozhovory jsou plné úskoků a prisprostlých příběhů ze světa umění. Je to živý obraz přetvářky a chamtivosti. Vejdete do místnosti a všichni jsou tak šťastní, zdraví vás, ptají se, jak se vám daří, a přitom vás chtějí jen vychcat.“

V 19:01 už se jen pár opozdílů snaží dostat ke svým židlím, když Christopher Burge udeří kladívkem. „Dobrý večer, dámy a pánové. Vítejte v Christie's na večerní dražbě poválečného a současného umění.“ Předčítá pravidla týkající se podmínek aukce, poplatků za zprostředkování

a daní. Potom zvolá: „Položka číslo jedna“ a dražba začíná. „Čtyřicet čtyři tisíc, čtyřicet osm tisíc, padesát tisíc, padesát pět tisíc.“ Vypadá uvolněněji, než když byla místnost prázdná. Nalevo od něj visí velká černobílá světelná tabule, na které se objevují vyvolávané sumy v amerických dolarech, eurech, librách, japonských jenech, švýcarských francích a hongkongských dolarech. Po jeho pravé ruce je na barevné obrazovce vidět, která položka se právě draží. Po obou stranách licitátora stojí zaměstnanci Christie's u dvou ohrazených pultů připomínajících lavice porotců u soudu. Mnozí z nich telefonují s někým, kdo právě přihazuje anebo se k tomu chystá. Jedná se o kupce, kteří buď nejsou na místě anebo chtějí zůstat v anonymitě. Někdo jako Charles Saatchi, reklamní magnát, z nějž se stal překupník umění, a který na aukce nikdy nechodí. Publicitu nemá rád, a tak buď nakupuje přes telefon anebo za sebe pošle někoho jiného. Pokud se mu podaří vybrané dílo získat, zvláště za rekordní cenu, může to po dražbě rozhlásit. Pokud se mu zvítězit nepodaří, nikdo se o tom nedozví a on si zachová tvář.

Kladívko odklepne prodej položky číslo jedna za 240 000 dolarů; po zaplacení poplatku za účast v dražbě (poplatek za zprostředkování činí 19,5 procenta do 100 000 dolarů a 12 procent nad 100 000 dolarů) se konečná cena vyšplhá na 276 300 dolarů. Tento obchod trval od první k poslední nabídce jen něco málo přes minutu a půl. Aukce většinou probíhá rychle, když se dílo prodává za cenu blízkou se nejvyšší odhadní ceně. Pokud je však konečná cena třikrát vyšší než nejvyšší odhad, tak jako tomu bylo u této položky, trvá vše o trochu déle. V každém případě je aukce ohromně rychlý způsob prodeje uměleckého díla.

„Máme tu položku číslo dvě,“ uvádí Burge. „Richard Prince vystavený po mé pravé straně. A začínáme na devadesáti tisících. Za devadesát tisíc. Devadesát pět, sto tisíc, děkuji. Sto deset, sto dvacet tisíc, pane? Ano, sto dvacet tisíc, sto třicet tisíc...“

Není náhoda, že ani jeden z vyvolávačů na večerní dražbě v New Yorku není Američan. Tobias Meyer, hlavní licitátor v Sotheby's, je Němec. Simon de Pury, licitátor a spolumajitel menší aukční síně specializující se na prodej současného umění Phillips de Pury, je francouzsky mluvící Švýcar. Burge je samozřejmě Brit. Tito Evropané vnášejí do série drsných obchodních jednání určitou míru kontinentální sofistikovanosti. Jako přátelské gesto v duchu starosvětské noblesy se zaměstnanci aukčních domů oficiálně nazývají „specialisté“ a říká se jim neformálně „experti“. Aplikují své znalosti z historie umění na tržní trendy, aby mohli odhadnout cenu uměleckého díla, připravit

je do aukce a vzbudit o něj zájem. Nicméně jeden z „expertů“ se k tomu vyjádřil takto: „Stejně jsme jen finanční analytici a makléři.“

Amy Cappellazzová, specialistka a také jedna z ředitelk oddělení poválečného a současného umění v Christie's, je živá bruneta s jasnými očima a zemitým způsobem vyjadřování. Patří mezi hrstku Američanů v horních patrech vedení společnosti a momentálně je jedinou ženou na přední pozici „významně vydělávajícího“ oddělení. Během rozhovoru, který jsem s ní pořídila před aukcí, oplývala energií, teď z ní vyzářuje klid. „Na aukci samotné mě tréma netrápí,“ svěruje se mi. „Tou dobou už máme všichni tvrdou práci za sebou. Asi osmdesát procent času trávíme sháněním dobrých děl k prodeji a dvacet procent sháněním kupců. Získání dobrého díla je klíčové. Musíme našim klientům stále častěji připomínat, že pokud by se rozhodli proměnit umělecké dílo visící u nich doma na zdi v likvidní majetek, měl by možná větší hodnotu než celý jejich dům.“

Princeovo dílo *Untitled (Cowboy) / Bez názvu (Kouboj)* je autorovou přípravou verzí a prodává se ve prospěch neziskové organizace Tibet House. Přihazování v této chvíli přestalo a Burge se pokouší vymámit z účastníků dražby ještě jednu nabídku. Základem úspěchu je oční kontakt. Dívá se na každého z nabízejících, jako by kromě něj nikdo v místnosti nebyl. „Dvě stě šedesát tisíc. Dvě stě sedmdesát, madam? Kdo dá víc? Přihodí ještě někdo tam vzadu? Ne. Takže máme dvě stě šedesát na telefonu a je to výzva pro vás v sále. Varuji vás, budeme prodávat za dvě stě šedesát tisíc dolarů.“

Burge klepne kladívkem a polovina lidí v sále se skloní nad katalogem, aby si poznamenala cenu. „Člověk se s přibývajícími zkušenostmi naučí rozpoznat,“ říká Burge, „kdy je dražitel ochotný dát víc, než připouští. Někdy zavrtí odmítavě hlavou. Nezkušený licitátor mu uvěří a už se k němu nebude vracet, ale starý mazák ví, že tento sběratel má na to, aby udělal ještě jeden příhoz. Když vrtí hlavou někteří obchodníci s uměním nebo soukromí sběratelé, je jasné, že těmi už se nemusíte zabývat. Ti se velmi ovládají. To je vše a ani o halíř víc. U jiných cítíte, že ještě váhají. Baví se s manželkou nebo s přítelkyní. On je netrpělivý a ona přihazuje. Anebo on řekl ne a ona chce ještě pokračovat. To všechno vidíte od svého pultíku.“

Jdeme na položku číslo tři, ale Josh Baer a dopisovatelka pro *New York Times* stále řeší, kdo přihazoval na Prince. „Nesnáším tuhle aukční síň,“ stěžuje si Vogelová. „Není vidět na dražitele.“ Novináři nemají stejné výhody jako Burge, totiž že ze svého vyvýšeného místa vidí do tváří účastníků a má k ruce svůj tajný zápisník. Dav novinářů šeptá čtyři jména, ale stále není jisté, jestli jsou to ta správná. Aukce někdy připomíná detektivku, kde prvek

napětí obstarají horentní sumy a o tajemství se zase postarají ostýchaví nebo záhadní dražitelé, kteří se snaží vyhnout bystrému oku tisku.

Burgeova bystrá psychologická analýza účastníků aukce tvoří základ jeho práce. Jeho vhled do detailů chování dražitelů nemá obdoby. „Zhruba tak dvě položky před tím než začnou přihazovat,“ prozrazuje, „budou dělat různé maličkosti, které mi signalizují, že se blíží něco, o co mají zájem. Většinou se napřímí, někdo si upravuje sako, začíná vypadat nervózně. I kování profesionálové se něčím prozradí, ačkoliv se této disciplíně věnují celý svůj život. Znamená to, že za jednu nebo dvě položky přijde věc, na kterou budou přihazovat. Všimnu si toho, protože řeč jejich těla se výrazně změní.“

„Ale,“ naléhám, „někteří opravdu vlivní sběratelé a obchodníci, třeba Nahmadovi, se chovají tak nenuceně. Apaticky zvednou jeden prst, jakoby je právě teď napadlo přihodit.“ Rodina Nahmadových prý kdysi vlastnila dvacet procent Picassových děl, nacházejících se v soukromých sbírkách, ale teď ve velkém nakupují poválečné umění. Říká se o nich, že nikdy neplatí v hoto-
vosti, protože ať už koupí jednu nebo čtyři položky, většinou jich současně několik prodají – a tak se u nich neustále točí nová a stará díla.

„Už jsou v branži hodně dlouho,“ říká Burge, „ale většinou se mezi sebou trochu radí, když se blížíme k jejich položce, takže vím, že se něco chystá. Navíc víme, o co mají zájem. David Nahmad hrozně rád znovu kupuje věci, které dříve vlastnil, a někdy vím úplně přesně, co má za lubem, protože to s ním před aukcí důkladně probírám.“

Prodává se položka číslo čtyři, obraz od Marlene Dumasové. Josh Baer se ke mně nakloní: „Všimni si, že se začalo dražit od sumy *nad* nejvyšším odhadem.“ Jeden dražitel drží své aukční mávátko stále ve vzduchu. Používá metodu „parního válce“, což je agresivní taktika, která má odradit ostatní. Příhozy padají neuvěřitelným tempem. Burge skoro nemá čas se nadechnout: 550 000 dolarů, 600 000, 650 000, 700 000 – „pro několik z vás“ – 750 000 dolarů, 800 000, 850 000 dolarů. „Ano prosím? Osm set osmdesát tisíc dolarů.“ Někdo přihodil méně. Snaží se zpomalit aukci snížením přihazované částky. „Devět set tisíc dolarů v sále. Kdo dá víc?“ Licitátoři neradi snižují příhozy, protože aukce tím může ztratit na dynamice. Momentálně ale cena třikrát převyšuje nejvyšší odhad a překročila i předchozí rekordní cenu za tuto umělkyni, takže Burge se rozhodne být laskavý.

Když se cena vyšplhá k 980 000 dolarům, nastane dlouhá pauza. Velké množství peněz způsobuje zklidnění a respekt, nečekané sumy vyvolají ohromení a nehybnost. Všichni přemýšlejí, jestli obraz překoná psychologickou hranici milionu dolarů. Tím by se Marlene Dumasová zařadila k dalším

dvěma autorkám, jejichž dílo se prodalo za víc než milion dolarů – Louise Bourgeoisové a Agnes Martinové.^[3] Přibude k nim Dumasová? Jeden z pozorovatelů Christie's dává Burgeovi znamení, že úplně vzadu v místnosti chce někdo přihodit. „Milion dolarů,“ pronese Burge s nádechem vítězství v hlase.

„Odkud to přišlo?“ šeptá Baer naléhavě. Chtějí to vědět novináři a dokonce i sběratelé se otáčejí na svých židlích, aby se podívali, jaký záhadný dražitel to vstoupil do arény v hodině dvanácté. Někteří lidé se rádi přidávají k aukci pozdě, protože to pak vypadá, že jejich možnosti nemají žádný limit. Pro aukce jsou typické ego a póza. Je důležité zachovat si styl.

„Milion dolarů,“ opakuje Burge a z jeho hlasu je cítit mírné pobavení. „Milion padesát... milion sto tisíc.“ Nabídka se vrací k pozdnímu příchodzímu, který se schovává před zraky všech v zadní části místnosti. „Máme milion sto tisíc dolarů. Budeme brzo prodávat. Ne vám. Poslední šance. Milion sto tisíc pro vás vzadu.“ Prásk. S úderem kladívka se zvedá vlna hlasů, lidé se dohadují. „Číslo čtyřista čtyři, děkuji,“ pronásí Burge. Slyším smích. Pár lidí tomu nemůže uvěřit a vrtí hlavou. Nějaký hlas z hloubi novinářského davu pronese: „Milion sto tisíc! Bude si ji někdo za takových dvacet let vůbec pamatovat?“ Jiní lidé souhlasně pokývují hlavami, jako by chtěli říct: „Ano, vsadili jsme na dobrého koně.“ Reportéři se radí, kdo asi obraz Dumasové koupil. Je zjevné, že jsou velké rozdíly v tom, jak vysoko jsou lidé ochotni jít. Závisí to na tom, jestli se jedná o „šílené oddané sběratele“ nebo obchodníky, kteří nakupují do depozitáře. Všichni předpokládají, že jen sběratel by zaplatil za obraz takovou cenu. Ale kdo?

Amy Cappellazzová stojící mezi ostatními zaměstnanci Christie's vědoucně mrkne na někoho v publiku. Obraz Marlene Dumasové má střední formát a dominuje na něm červená barva. Zobrazuje ženu, která se zpod ofiny s očekáváním upřeně dívá na diváka. Prstem, jenž vypadá jako falus, se kočetně dotýká dolního rtu svých lehce pootevřených úst.

Cappellazzová si na nic nehraje a to je příjemné. Zeptala jsem se jí, jaký druh umění se dobře prodává na aukci, a její odpověď se obzvláště dobře

[3] Agnes Martinová krátce po této aukci zemřela. Od té doby se k zástupu žijících umělkyně, jejichž dílo se prodalo na aukci za více než milion dolarů, přiřadily Cecily Brownová, Yatoi Kusamová, Bridget Rileyová, Jenny Savilleová, Cindy Shermanová a Lisa Yuskavageová. Mohlo by to vypadat, že svět umění má náskok v rovnosti pohlaví, ale ve skutečnosti jsou rozdíly v cenách při aukcích dosti extrémní. V uměleckých kruzích se pohybuje mnoho vlivných obchodnic a kurátorek, nicméně většina utrácějících sběratelů je mužského pohlaví – což je fakt, který nepochybně přispívá ke komplexní dynamice podceňování, jež postihuje umění vytvářené ženami.

hodila právě na tuto položku. Zprvė „lidė reagují na barvu. Hnėdė obrazy se neprodávají tak dobře jako červenė nebo modrė. Ponurý obraz nepůjde na dračku tak jako obraz, který v lidech vyvolává pocity štěstí.“ Zadruhé existují určitá témata, která jsou komerčnější než jiná: „Mužský akt se většínou neprodává stejně dobře jako kyprá žena.“ Zatřetí obrazy si obecně vedou lépe než jiná média. „Sběratele matou a znepokojují věci, které se musí strkat do zásuvky. Bojí se umění, u kterého hrozí složitá instalace.“ A konečně, také velikost je rozhodující. „Cokoliv většího než rozměry běžného výta-hu na Park Avenue většinou odradí jistou část klientů.“ Cappellazzová ihned dodává, že „tohle jsou jen základní body týkající se obchodních záležitostí, které nemají nic společného s uměleckou hodnotou díla.“

„Jaký je tedy vztah mezi estetickou a ekonomickou hodnotou díla?“ ptám se.

„Plně nekorelují. Existuje mnoho úžasných umělců, jejichž díla však nejsou na trhu žádaná. Jaký je vztah mezi fyzickou krásou a životním štěstím? Tohle je podobná diskuze. Je to sporné. A nihilistické.“ Hmm. Vnímání fyzické krásy i estetické hodnoty záleží na tom, kdo se dívá. Pro diváka je typické sociální chování, které jako takové má tendenci (vědomě a nevědomě) směřovat k nápodobě ostatních. Cappellazzová se za povahu trhu neomlouvá. Je takový, jaký je. „Bývala jsem kurátorkou,“ objasňuje. „Když se potkám s akademiky, které znám z těch dob, a oni se mě ptají, co teď dělám, odpovím, že konám Boží dílo na trhu v Christie's. Je to takový můj osobní vtíp.“

Cena položky číslo 5, klasika od Gilberta a George z roku 1975, se vyšplhala na 410 000 dolarů, zatímco prodej položky číslo 6, sochy od Maurizia Cattelana z roku 2001, začal na 400 000 dolarů. Gilbert a George jsou možná nejdůležitější britští konceptuální umělci, ale v tomto případě nemohou konkurovat méně plodnému leč svěžímu a populárnímu Italovi. Hlavním nástrojem marketingu aukčního domu je katalog. Je to barevná bichle na křídovém papíru s obrázky na přední i zadní obálce, jež slouží k nalákání klientů, aby svěřili svá umělecká díla Christie's. Cattelanově práci, autoportrétu, který jej zobrazuje, jak vystrkuje hlavu z díry v podlaze, se dostalo cti umístění na zadní obálce katalogu a také na pozvánce.

O „trhu s Mauriziem“ se hodně mluví (pokud se nechcete v zasvěcených kruzích ztrapnit, musíte u žijících umělců používat jen jejich křestní jméno). Cattelan je cynický šprýmař, jenž polarizuje názory. Někdo jej považuje za Marcela Duchampa 21. století, jiní říkají, že je to spíš hyperaktivní Julian Schnabel naší doby. Zpočátku může být těžké rozpoznat inovátory od šarlatánů, protože ti první jsou tak velkou výzvou pro současnou podobu umělecké autentičnosti, že si je člověk může snadno splést s podvodníky.