

\$

philip

hook

O

snídaně

u

T

sothebyho

H

svět

umění

€

od A

B

do Z

¥'

S

Snídaně
u Sothebyho

PHILIP HOOK

Snídaně u Sothebyho

Svět výtvarného umění od A do Z

Copyright © Philip Hook, 2013

Original English language edition first published
by Penguin Books, Ltd, London

Translation © Martina Neradová, 2015

ISBN 978-80-7473-347-5 (PDF)

Obsah

Úvod 7

I. Umělec a jeho zázemí 11

II. Námět a styl 109

III. Působivost obrazu 231

IV. Původ 269

V. Tržní klima 297

Úvod

Stojíte-li před uměleckým dílem v muzeu nebo na výstavě, obvykle si kladete dvě otázky: 1) Líbí se mi to? a 2) Kdo je autorem? Tytéž otázky si položíte i v případě, že stojíte před uměleckým dílem v aukční místnosti nebo v galerii obchodníka s uměním, ale hned po nich budou následovat další, méně ušlechtilé. Například: Jakou má tohle dílo hodnotu? Jakou bude mít hodnotu za pět nebo deset let? A co si o mně lidé pomyslí, když si ho pověším na zeď?

Tento slovník je příručkou, z níž se dozvíte, jak lidé hledají na tyto otázky odpovědi a jak probíhá proces, při němž je umění prisuzována finanční hodnota. Na trhu s uměním se pohybuji přes třicet pět let, nejprve jsem pracoval pro Christie's, potom jsem byl obchodníkem a nakonec jsem zakotvil v Sotheby's. Z toho důvodu si troufám napsat knihu o světě umění, která se zabývá podrobnostmi zvrhlého, ale zároveň fascinujícího vztahu mezi uměním a penězi, vztahu, z něhož míváme špatné svědomí. Kniha je rozdělena do pěti částí, z nichž každá zkoumá jiný faktor, který rozhoduje o tom, jakou částku za to které dílo kupující zaplatí. Při jejím psaní jsem se vydal na vysoce subjektivní a bezostyšně požitkářskou exkurzi po těch aspektech uměleckého světa a výtvarného umění, které mi za ta léta připadaly komické, výmluvné, pikantní, báječné nebo absurdní.

První část knihy se zabývá umělcem a jeho zázemím. Kdo je autor uměleckého díla? Identita umělce a důležitost, s níž je vnímán v rámci dějin umění, je faktorem, který má

pochopitelný dopad na kupující i na cenu obrazů. Ale na naše hodnocení umělců a jejich děl mají vliv také zákulisní příběhy, které jsou s nimi spojeny, historky vyvěrající z přitažlivosti a mytičnosti umělecké tvorby. Mimo historickou důležitost, dejme tomu takového van Gogha coby původce expresionismu, je tu tragický příběh jeho života, který v očích sběratele zvyšuje umělcovu hodnotu po emoční i finanční stránce.

Druhá část pojednává o tom, po kterých námětech a stylech je poprávka. Odpověď na otázku, zda se vám něco líbí, je ovlivněna nejen osobním, ale také širším uměleckým vkusem, který se neustále vyvíjí. Lidé chtějí od umění v různých dobách různé věci, z čehož vyplývá, že obliba i finanční hodnota toho, co umělci ztvárňují i jak to dělají, se může lišit generaci od generace. Navzdory vývoji ovšem existují určité náměty a styly, u nichž je víceméně jisté, že se budou prodávat lépe než jiné. Tato část našeho slovníku se pokouší analyzovat faktory, které jsou zde ve hře, a nabídnout bližší pohled na umělecký vkus z prvních let jednadvacátého století, tedy na vkus současný. Jedno varování předem: o tom, co se prodává a co ne, rozhodují občas jemné rozdíly, ale mnohem častěji znepokojují zjednodušení.

Třetí část je věnována tomu, proč si jeden obraz oblíbíme a jiný ne. Proč na nás některé obrazy působí tak silně, že je chceme vlastnit (a proč přitahují davy dalších obdivovatelů, takže se prodávají za podstatně vyšší částky, než jaké si můžeme dovolit)? Samozřejmě že dosažená prodejní cena vždy odráží výjimečnou uměleckou hodnotu. A u děl nejvyšší kvality je rozdíl mezi cenou za velmi dobrý a za vynikající obraz překvapivě velký.

V mých očích je tato cenová propast jakýmsi ospravedlněním tržní logiky: v tomto ohledu trh oceňuje umění jak-sepatří. Dokáže rozpoznat nejlepší díla a důrazně je oddělit od všech ostatních.

Ale jak to dělá? Uměleckou hodnotu je, jak známo, těžké postihnout. Budeme se zabývat jistými faktory, které se na ocenění díla podílejí – barvou, kompozicí, konečnou podobou, emočním dopadem, vztahem k přírodě i k jiným uměleckým dílům. A naopak: co nás vede k pochybnostem, které se na ceně uměleckého díla projeví negativně? Zůstal obraz nedokončený? Je příliš tmavý či nadměrně restaurovaný? Nebo zachycuje něco nepřijemného? A hrůzo hrůz, není to náhodou padělek?

Již zde zaznělo, že na to, jak vnímáme umělce a jeho tvorbu, má vliv zákulisní příběh. Totéž lze říct o zákulisním příběhu konkrétního díla: V čí sbírce se objevilo? Kde bylo vystaveno a jací obchodníci s ním měli co do činění? A proto se ve čtvrté části knihy zamyslíme nad původem uměleckých děl. Jestliže je obraz, který kupujete, součástí významné soukromé sbírky, zvyšuje to jeho cenu, protože patří-li předchozí majitel mezi prominentní sběratele, dílo má automaticky punc kvality. Cézanne ze sbírky Paula Mellona bude mít vyšší cenu než týž obraz ze soukromé sbírky neznámého člověka. Na druhou stranu se v rodokmenu uměleckého díla mohou vyskytovat jména, která jsou pro zasvěcence varovným signálem. Do této kategorie spadají například obchodníci, o kterých bylo zjištěno, že se účastnili obchodu s uměleckými díly pocházejícími z rabování za druhé světové války. Pokud nelze jednoznačně prokázat, že obraz, který prošel rukama takového obchodníka,

nebyl ukraden židovskému sběrateli, jeho hodnota nejspíš povážlivě klesne. Dokonce se může stát, že se vůbec neprodá. A je-li mezi předchozími vlastníky jmenován třeba polní maršál Göring, nemusí to nutně představovat plus, ani kdyby k danému obrazu přišel legálně.

Jakou má dílo cenu? Umění prochází hodnocením a změnami majitelů v tržním prostředí, které se neustále vyvíjí. Toto prostředí je výsledkem široké škály ekonomických, politických, citových a psychologických faktorů. Je ovlivněno marketingem obchodníků s uměním a aukčních domů, rozmary sběratelů a vrtochy kritiků, vším, co lidé vidí v muzeích a v televizi, i osobními ambicemi jednotlivců. Poslední oddíl našeho slovníku s názvem „Tržní klima“ se proto zabývá některými z různorodých prvků, které mají dopad na podnebí v uměleckém světě, ať už přispívají k rozpoutání bouří, nebo ke slunečné pohodě.

Přiřazování finanční hodnoty uměleckým dílům je sice poněkud kontroverzní činnost, ale já se domnívám, že obchod s uměním plní celkově vzato nezbytnou funkci a nedělá to o nic hůř než jiné uznávané komerční instituce. A s určitostí mohu říct, že jsem díky tomuto obchodování prožil zajímavý život. Měl jsem možnost dostat se do blízkosti mnoha skvělých uměleckých děl (i mnoha děl méně výtečných kvalit, což bylo taktéž prospěšné). Setkal jsem se s mimořádnými (a mimořádně bohatými) lidmi. Tento slovník je antologií všeho, co jsem se od nich naučil. A protože jsem strávil dvacet šťastných let v aukčním domě Sotheby's, sluší se, abych zdůraznil, že veškeré závěry, ke kterým jsem dospěl, jsou pouze mými názory, s nimiž se mí trpěliví zaměstnavatelé nemusí ztotožňovat.

Umělec a jeho zázemí

Bohémství

Branding

Brueghel

Degas

Deníkáři z řad umělců

Fiktivní umělci

Géricault

-Ismy

Městské čtvrti a kolonie

Modely a múzy

Mystifikace

Sebevraždy

Šílenství

Tvůrčí krize

Umělci průměru

Věznění umělci

Znamé obrazy

Ženy umělkyně

Bobémství

Iris Barryová sice vorticistnímu malíři Wyndhamu Lewisovi povila potomka, ale když se chtěla po propuštění z porodnice vrátit do jeho ateliéru, musela čekat venku, protože umělec se právě miloval s Nancy Cunardovou. Pokud Vlaminck nečekaně prodal obraz, sebral peníze a vyrazil s Modiglianem na třídní pitku. Z bankovek, které nepropili, pak ti dva skládali vlaštovky, které nechali létat do korun stromů podél Raspailova bulváru. Při práci na obraze *Vor Medúzy* se Théodore Géricault ostříhal dohola, odřízl se od přátel, přinesl si do ateliéru postel a maloval nepřetržitě po dobu deseti měsíců. Po dokončení obrazu prodělal naprosté nervové zhroucení.

Umělci žijí jinak než běžní smrtelníci, což si lidé uvědomovali odpradáвна: „Vy malíři jste vrtošiví a náladoví. Věčně jste opilí a ani se za sebe nehanbíte!“ křičí malířova manželka v novele, kterou napsal Ital Franco Sacchetti na konci čtrnáctého století. A když se o pět století později otec Edvarda Muncha coby typický představitel buržoazie zhroutil nad tím, pro jakou profesi se jeho syn rozhodl, prohlásil, že být umělcem je jako žít v nevěstinci. V roce 1943 popsal britský malíř Keith Vaughan umělcovo odcizení v následující ponuré pasáži: „Vidíme, jak se potýká se sebou i s ostatními, žije v trvalé osamělosti a strádání stížen bídou, jeho mužství se rozpadá na kusy a v těchto troskách žhne jediný zářivý klenot: jeho tvůrčí běs.“

Bohémství je výrazem umělcovy jinakosti. Ve své moderní formě vzkvétalo v devatenáctém století během rozmachu romantického hnutí. Tehdy byl umělec obsazen do role trýzněného hrdiny, bohéma ve smyslu cikánského tuláka vedoucího kočovný nebo nepravdivý, nekonvenční život – ne nutně proto, že by si to sám zvolil, ale proto, že byl poháněn neodolatelným tvůrčím podnětem, a tudíž neměl na vybranou. Nadměrné holdování alkoholu, promiskuita, užívání drog, koketování s šílenstvím a výstřední vzhled či oděv patřily mezi uznávané rysy tvůrčího ducha; dokonce se našli tací, kteří věřili, že slabost pro tyto věci je nezbytným předpokladem kreativity, a snažili se sebrat odvahu k ještě bouřlivějším pijatkám nebo si nechávali narůst dlouhé vlasy (dívky se naopak stříhaly nakrátko), jen aby se stali velkými umělci.

Obvykle se má za to, že bohému si vymyslel Henry Murger, autor románu *Ze života pařížské bohémy* z roku 1843, který za její neměnné centrum označil Latinskou čtvrť a tvrdil, že bohéma „existuje a může existovat pouze v Paříži“. Když v roce 1900 přijela z Německa do Paříže Paula Modersohn-Beckerová, všimla si, že všichni malíři chodili „s dlouhými vlasy, v hnědých sametových oblecích nebo v podivných tógách s obrovskými třepotajícími se motýlky – dosti pozoruhodná banda“. Antiuniformní uniforma byla tou dobou již zavedená.

Časem vyrostli Paříži bohémští rivalové – za jednoho z nich lze patrně považovat Berlín před první světovou válkou a za dalšího New York šedesátých let dvacátého století. Odhodlaného konkurenta představovali Britové, kteří si pěstovali vlastní plnohodnotné bohémy, jakými



Bohémové při hře: rozpustilí umělci za pařížského úsvitu
(Jean Béraud, *Světlo, po večírku na Montmartru*, olej na plátně, 1907)

byli například Augustus John nebo Wyndham Lewis. Jenže řadovým britským bohémům se nedostávalo potřebného zápalu, což mělo za následek vznik zromantizované, typicky britské bohémy, která si nepotrpěla na excesy. V úspěšném románu z konce devatenáctého století nazvaném *Trilby* z pera George du Mauriera vystupují tři neuvěřitelně rozjuchaní britští studenti výtvarného umění žijící v Paříži. Latinská čtvrť je v knize vykreslená jako místo, kde alkohol teče proudem, ale nikdo se nikdy neopije, nikdo neholduje absintu a nikdo, ani muž ani žena, se neoddává sexu. Ve skutečnosti se britští malíři té doby toužící po nekonvenčním životě a tvorbě spíš než do Paříže sjížděli do takových

letovisek jako St. Ives nebo Newlyn v Cornwallu [viz *Městské čtvrti a kolonie*]. Ale navzdory srdnatým pokusům o bohémství trávili Britové většinu času hraním golfu a kriketu. V roce 1942 řekl Osbert Sitwell Georgi Orwellovi, že v případě nacistické invaze má domobrana příkaz zastřelit všechny umělce. Orwell poznamenal, že něco takového by v Cornwallu nebylo na škodu.

Podle Murgera je bohémství „fází v umělcově životě, která je předejrou ke Královské akademii, špitálu nebo márnici“. K povinnostem umělce patřilo šokovat buržoazii a nemilosrdně se postavit proti konvencím. To bylo do jisté míry snadné, ale problém nastal ve chvíli, kdy malíř zjistil, že z buržoazie pocházejí také kupci jeho děl. To se potom zaprodal a přidál se ke Královské akademii. Nebo se nezaprodal a zešlel, případně zemřel. Jiným způsobem, jak opustit bohému, bylo uzavření sňatku spojené s domáckým životem či konkrétněji s rodičovstvím, které často představovalo deprimující slepou uličku. Řečeno s Cyrilem Connollym, nic není v takovém rozporu s uměleckými snahami jako „kočárek na chodbě“.

Výsostným bohémem neposkrvněným hodnotami průmyslníků a buržoazie a hledajícím primitivní život byl Gauguin, který před civilizací utekl na ostrovy v jižních mořích [viz Část II., *Exotičnost*]. Pak tu byl Augustus John, který se stal cikánem doslova, naučil se romsky, kočoval po vlasti z místa na místo, aniž kdekoli zapustil kořeny, a s sebou vláčel milenky a děti, což byl šikovný způsob, jak vyřešit problém s kočárkem na chodbě. Modigliani naopak pobýval většinou v Paříži, ale přesto nastavil latku výstřednosti tak vysoko, že se s ním bohémové poměřují dodnes. Munch se v pozdějším životě zapřisáhl, že se polepší – snad konečně

vyslyšel námitky svého otce. Podle vlastních slov se rozhodl omezit na „doutníky bez tabáku, nealkoholické nápoje a ne-jedovaté ženy“.

Obhájcem střídmosti byl Flaubert. „Veďte normální, obyčejný život jako maloměšťáci, abyste mohli být divocí a originální ve své tvorbě,“ radil umělcům. Kromě toho existovala také zajímavá podskupina umělců, které bohémský způsob života nelákal a kteří se bouřili proti výstřednosti, jež paradoxně ústila v uniformitu. Tito umělci neviděli mezi kvalitní tvorbou a nekonvenčním chováním žádnou souvislost a záměrně přijímali konzervativní, měšťácký životní styl. Například soukromý život Pierra Bonnarda měl podobu poklidné domáckosti narušované pouze pravidelnými koupelemi jeho ženy (aspoň soudě podle motivu jeho děl). Magritte si nechával záležet na svém konvenčním vzezření a nosil buřinku. Sir Alfred Munnings, který maloval převážně koně, se oblékal a žil jako anglický venkovský šlechtic a jednou památně prohlásil, že kdyby někdy potkal Picassa, uštědřil by mu pěkných pár kopanců.

Dnes působí v Londýně skupina úspěšných portrétistů známých jako Pinstripe School neboli Škola proužkovaných obleků, protože se málokdy ukazují v jiném oděvu. Je docela dobře možné, že tihle muži – kteří jsou talentovanými, byť poněkud popisnými malíři – si před prací svléknou sako a snad si dokonce i povolí kravatu. Jejich výsostná konvenčnost a švihácký vzhled však určitý typ lidí uklidňuje. Bezpochyby pijí a možná se i honí za ženskými, ale ne víc než obchodní bankéři, manažeři hedgeových fondů nebo dobře placení advokáti, kteří představují většinu jejich klientely. Na druhou stranu obleky nošené britským duem Gilbert

a George, umělci, kteří patří ke špičce současného výtvarného umění, vyjadřují jiné poselství. Zjevně konvenční oděv této dvojice je ve skutečnosti vrcholem nonkonformismu a postbohémským bohémstvím.

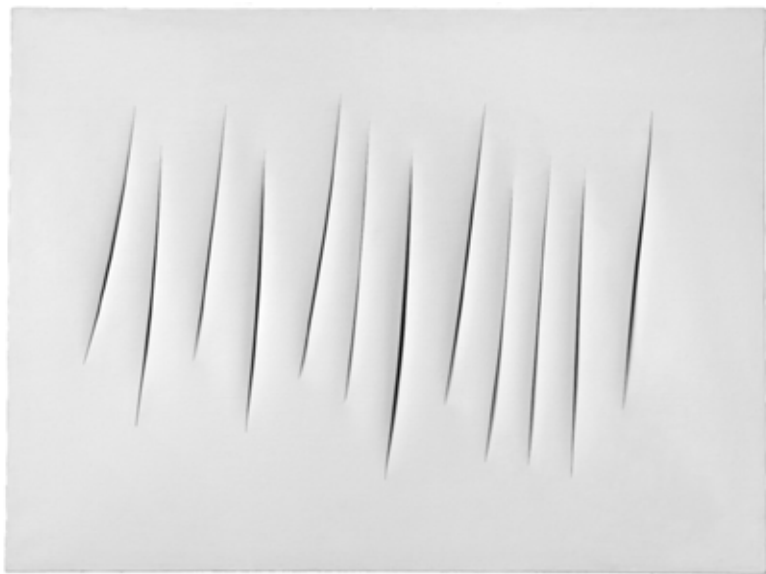
Bohémství umělců je důležitou částí mýtu o umění. Umění je něco magického, transcendentního, něco, za co se vyplatí vydávat velké peníze právě proto, že je jeho hodnota nevyčísitelná a neocenitelná. Umělci coby tvůrci této nesmírně žádoucí duchovní komodity se musí oblékat a chovat jinak, aby se odlišili od obyčejných lidí. Jejich bohémství je znakem pomazaného stavu, připomínkou, že umění je čímsi mimořádným – a čímsi cenným i z finančního hlediska.

Branding

Nejnadužívanějším slovem v řeči obchodníků s uměním, kritiků a odborníků z aukčních domů je dnes „ikonický“ [viz Část V., *Glosář*]. Jestliže prohlásíme o nějakém díle, že je „ikonické“, nechválíme tím pouze jeho uměleckou kvalitu. V podtextu říkáme i to, že dobrá umělecká díla jsou taková, která jsou něčím typická nebo snadno rozpoznatelná. Trh s uměním, který si u prodávaných děl cení lehce rozpoznatelných vlastností, v zásadě propaguje značkové umění. Počátky tohoto vývoje lze vysledovat už s nástupem modernismu. Velký obchodník s impresionistickým uměním Paul Durand-Ruel z Paříže stál na konci devatenáctého

století před úkolem, jak uvádět na trh nové obrazy a jak tuto do té doby neznámou komoditu prodat zájemcům z řad veřejnosti. Jednou z jeho úspěšných inovací byla popularizace samostatných výstav. Zaměření pozornosti na nadání a pracovní výsledky jednotlivců, jako byl Monet, Renoir nebo Pissarro, mělo důležitý dopad: poprvé byla definována umělcova značka. A protože si obchodníci uvědomili, že se zavedené značky dobře prodávají, pokračují v tomto marketingu dodnes.

Vítězem současného brandingu neboli budování značky je Damien Hirst. Jeho tečkové malby připomínají vzorníky výrobců barev, ale nyní se lidem zdá, že to ony imitují Hirsta, přestože je tomu naopak. Hirst je ovšem výjimečný. Umění coby dobře zavedená značka může narazit na dva problémy: u žijících umělců hrozí, že branding vyústí ve stejnost a potlačí radikální experimentování – pokud nejsou tak chytrí, že se prezentují jako nevypočitatelní experimentátoři, čemuž je ovšem těžké dostat. Dnešní umělci omezování obchodníky malují a sochají ve strachu, aby nepoškodili svou značku. A u umění dob minulých dochází k tomu, že dílo například takového Moneta podraží přímo úměrně tomu, jak snadno je lze rozpoznat – vejde-li někdo do místnosti a spatří obraz na zdi, vykřikne směrem k potěšenému majiteli: „Ach, vy máte Moneta!“ Styl i ztvárněný námět, které je možné lehce identifikovat, dodávají kupujícímu jistotu a sebevědomí, protože si může připadat jako znalec umění. Proto se ta nejtypičtější („ikonická“) díla prodávají nejdráž. Zato na netypičnost pozor: zátiší nebo třeba portrét od Moneta vynese o poznání méně než jeho leknínová jezírka [viz Část II., *Jednotliví umělci*].



Snadno rozpoznatelný obraz: Fontanovo rozřezané plátno, působivá umělcova značka (Lucio Fontana, *Prostorový koncept*, vodová barva na plátně, 1965)

Kromě Moneta je tu řada dalších zesnulých výtvarníků, kteří se do veřejného povědomí zapsali obzvláště výrazně, což jistě nijak neublížilo komerční hodnotě jejich děl. Mezi ně patří:

Tamara DE LEMPICKA: vizuální básnířka art deca, jejíž elegantní, mírně sapfické ženy, ať už nahé, nebo oděné v bílých přiléhavých hedvábných šatech připomínajících kubismus, evokovaly módní svět Hollywoodu třicátých let dvacátého století a o dvě tři generace později dokázaly oslovit hollywoodské sběratele.