



## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	7
ЧАСТЬ I. Ренессанс и Просвещение	
1. Агенты и торговцы: продажа предметов искусства до 1700 года .....	15
2. Обманщики и ценители: XVIII век .....	41
ЧАСТЬ II. XIX век	
3. Искусство спекуляции: Уильям Бьюкенен .....	71
4. Эрнест Гамбар и рост популярности викторианского искусства .....	97
ЧАСТЬ III. Конец XIX — середина XX века	
5. Джозеф Дювин: коммерсант в амплуа художника .....	123
6. Династия Вильденштейн .....	158
7. Продавец невиданного и неслыханного: Поль Дюран-Рюэль ..	180
8. Обогащение Амбруаза Воллара .....	208
9. Даниэль-Анри Канвейлер: маршан, аскет и ригорист .....	232
10. Лис и креветка: братья Розенберг .....	258
11. Террористы и законодатели вкуса: еще несколько французских маршанов .....	278
12. Немцы: от Кассирера до Бергтрюна .....	293
13. Англичане: джентльмены и игроки .....	311

ЧАСТЬ IV. Наши дни	
14. Питер Уилсон и изобретение современного арт-рынка . . . . .	333
15. Искусство шопинга: арт-дилерство в США . . . . .	371
16. Лео Кастелли и американская мечта . . . . .	390
17. Передовые рубежи . . . . .	412
Библиография . . . . .	419
Благодарности . . . . .	429
Права на изображения предоставлены . . . . .	430
Список иллюстраций . . . . .	431
Указатель имен . . . . .	433

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В двадцатые годы XX в. легендарный торговец предметами искусства Джозеф Дювин, необычайно чутко воспринимавший все нюансы продажи картин, рисунков и скульптур, разработал стратегию, которая получила название «*внутренней разведки*». Дювин подкупал дворецких, камердинеров и лакеев своих состоятельных клиентов, чтобы получать полезную информацию об их господах. В частности, таким образом он выяснил, что коллекционер барон Морис де Ротшильд, известный чрезмерной властью, непререкаемым тоном и раздражительностью, страдал хроническими запорами. Покупка предметов искусства жидется не только на научных основаниях, но и на состоянии пищеварительной системы, поэтому, прежде чем предлагать Ротшильду какую-либо сделку, стоило позвонить его *valet de chambre*<sup>1</sup> и узнать, опорожнился ли утром господский кишечник. Подобное внимание к деталям отличает великих. Их упорство и изобретательность граничат с героизмом. Иногда они выступают в роли новаторов и первопроходцев. «Решительный, как завоеватель, проникательный, как критик, и страстный, как апостол» — это восторженное мнение Арсен Александр высказал о Поле Дюран-Рюэле, маршане, открывшем миру импрессионистов. Напротив, Марсель Дюшан отзывался об арт-дилерах куда более лапидарно: «Вши на спинах художников». Не важ-

---

<sup>1</sup> Камердинер (*фр.*).

но, были они завоевателями, паразитами или чем-то средним, без торговцев картинами и скульптурами история искусства сложилась бы совершенно иначе и была бы куда менее богатой (и в буквальном, и в метафорическом смысле). И наслаждение, доставляемое их ремеслом, и таящиеся в нем опасности объясняются уникальной природой того товара, которым они торгуют.

Искусство имеет минимальную функциональную ценность. Полагаю, в случае крайней нужды холст Роя Лихтенштейна можно растянуть горизонтально на четырех шестах для защиты от солнца или дождя, а макетом скульптуры Генри Мура — при необходимости забаррикадировать дверь. У меня есть друг, который однажды, поставив торчком, варил в кастрюле спаржу. Шнурка у него под рукой не оказалось, и потому он, недолго думая, отогнул проволоку, на которой висела рядом в раме картина Бернара Бюффе, и использовал ее не по прямому назначению. Это редкий пример того, как произведение искусства (косвенно) поддерживает владельца не только духовно, но и материально. Однако продают предметы искусства, даже работы Бюффе, с совершенно иной целью. Нет, ценность искусства ускользает от однозначных суждений, а если чем-то и определяется, то нашими представлениями о красоте, качестве и редкости. Все вышесказанное превращает искусство в товар, ценность которого можно понимать настолько широко, что это сбивает с толку, ведь о нем судят, исходя из духовных, интеллектуальных и эстетических критериев, а кроме того, на наше мнение часто влияет социальная среда и честлюбивое стремление предстать знатоком в глазах окружающих. И потому те, в чьи профессиональные обязанности входит продажа произведений искусства, пребывают в некой блестящей и славной, свободной от всяких принуждений и ограничений области, где безраздельно царит фантазия, а предмет, который в одних обстоятельст-

вах стоил сто тысяч долларов, на следующий день в несколько иных условиях может стоить двести тысяч (или, как это ни печально, пятьдесят). Все зависит от того, кто его продает и насколько торговец красноречив и убедителен в глазах клиента.

Арт-дилеры — это поставщики фантазии. Я употребляю это слово отнюдь не в смысле лжи или обмана, но имея в виду полет воображения, возвышенный дух и прельстительные, дразнящие перспективы чрезвычайно прибыльного вложения денег. Такова вотчина арт-дилера, его элизиум, и границей ему, с одной стороны, служит цена, по которой произведение искусства покупается, а с другой — та цена, по которой оно продается (или, если прибегнуть к современным эвфемизмам, «обретается» и «передается в чужие руки»). Чем большее расстояние разделяет эти границы, тем счастливее арт-дилер. Делакура ясно различал элемент фантазии, свойственный всякой успешной продаже произведения искусства, и описывал продавцов картин и скульптур как «financiers du mystère»<sup>1</sup>. Все мы создаем мифы о самих себе. Арт-дилерам это особенно удается, ведь фантазию — чрезвычайно соблазнительный бренд — они поставляют на рынок, который подчиняется законам не рассудка, а страсти. Кроме того, фантазия заразительна: иногда ее флюиды просачиваются сквозь материю проданного предмета, завораживают самого продавца, и тот начинает верить в собственный миф. В самом деле, некоторые из арт-дилеров, добившихся наиболее впечатляющего успеха, были твердо уверены в своих чудесных, сверхъестественных способностях.

Смысл арт-дилерства в том, чтобы убедить клиентов купить что-то, чего они страстно жаждут, но в чем на самом деле несколько не нуждаются. Разумеется, с таким вызовом сталкивается вся индустрия предметов роскоши. Однако картины и скульптуры отличает одна интересная особенность: выставляя их на

---

<sup>1</sup> Финансисты, продающие и покупающие тайны (*фр.*).

рынок, вы предлагаете не просто искусно выполненное изделие, а нечто неосязаемое, неизмеримое, но бесконечно желанное — гений. Это непременная составляющая тайны, именно сквозь призму гения и гениальности искусство воспринимается со времен Ренессанса, однако впервые этот загадочный компонент художественного творчества различили и стали сознательно и широко использовать романтики. Нельзя считать совпадением, что именно в XIX в., когда в искусстве начинают безусловно видеть отражение гениальной личности автора, торговцы картинами и скульптурами просто процветают. Ведь гений — это неизмеримая в своем блеске и великолепии прибавочная стоимость.

«Цена произведения искусства прямо пропорциональна накалу чистейшего, иррационального желания, — писал Роберт Хьюз, — а что может быть проще, чем манипулировать желанием». После того как в 1958 г. аукционный дом «Сотби» распродал собрание Гольдшмидта, оказалось, что восхитительно-го «Мальчика в красном жилете» Сезанна за рекордную цену приобрел крупнейший американский коллекционер Пол Меллон. Когда его спросили, не заплатил ли он слишком высокую цену, Меллон ответил весьма эмоционально: «Неужели вы, стоя перед подобной картиной, способны думать о деньгах?» Действительно, разве такое возможно? Давно признано, что великие произведения искусства в буквальном смысле слова бесценны. Употребляя подобное определение, мы переносим в сферу искусства религиозную метафорику. В XXI в. искусство превратилось в новый культ. Покупка предметов искусства сделалась чем-то вроде религии: она предполагает готовность идти на риск, граничащую с испытанием веры. Стараться найти ей логическое обоснование, детально проанализировав уплаченную за картину или скульптуру сумму, — столь же бесплодно, сколь подходить с научными критериями к трансцендентному

религиозному опыту. Как провозгласил Пол Меллон, эта сумма не играет никакой роли, а если ее очевидную второстепенность удостоверял один из главных и наиболее уважаемых игроков в премьер-лиге мирового капитала, то у арт-дилеров отныне были развязаны руки и они почувствовали, что вправе назначать за лучшие предметы искусства свою собственную цену. Как заметил историк арт-рынка Джеральд Рейтлингер, «единственное, что ограничивает ценность абсолютного гения, — это доступность ликвидных активов». «Неужели вы, стоя перед подобной картиной, способны думать о деньгах?» — эту цитату «Сотби» и «Кристи» могли бы напечатать в своих каталогах вместо предпродажной цены рядом с репродукцией любого выставяемого на торги шедевра.

История арт-дилерства отличается от истории арт-рынка. Ключ к арт-дилерству и к истории наиболее влиятельных представителей этой профессии — в личности самого арт-дилера. Именно этим притягательным и любопытным мужчинам и женщинам, поставившим свое воображение, оригинальность и силу убеждения на службу арт-дилерству, и посвящена данная книга. История арт-дилерства также отличается от истории коллекционирования, однако нельзя изучить первую, не принимая во внимание вторую. Коллекционеры — клиенты арт-дилеров. Нельзя понять, с какими проблемами сталкиваются арт-дилеры и какие способы решения этих проблем они разработали, не отдавая себе отчет в том, какими мотивами движимы люди, покупающие у арт-дилеров предметы искусства. Существуют коллекционеры, рассматривающие покупку картин или скульптур как средство вложения денег, но есть и те, кто руководствуется в первую очередь интеллектуальными и эстетическими соображениями. Примерно так же распределяются и арт-дилеры: на одном полюсе находятся торговцы, стремящиеся получить выгоду, а на другом — хорошо образованные, утонченные



ценители искусства, которые не стали бы пачкать руки, занимаясь коммерцией, не будь у них необходимости финансировать собственное собрание. Все арт-дилеры располагаются где-то меж этих полюсов. Кроме того, различают арт-дилеров, продающих старинное искусство (картины, рисунки и скульптуры, созданные уже умершими авторами), и тех, кто продает и всячески популяризирует ныне живущих художников. Например, такова разница между Дювином, с одной стороны, и Канвейлером или Каstellли — с другой.

Насколько арт-дилер влияет на выбор коллекционера, приобретающего то или иное произведение искусства, и тем самым на художественный вкус своей эпохи? Насколько арт-дилер влияет на выбор художником темы, сюжета, жанра, техники? Насколько арт-дилеры, предпочитая конкретного художника или творческое течение, определяют судьбы искусства, особенно современного? В этой книге я пытаюсь дать ответ на данные вопросы. Я старался сосредоточиться на биографии арт-дилеров, которые внесли наиболее значительный вклад в развитие своей профессии, и потому прошу извинения за то, что поневоле не упомянул некоторых других или уделил слишком мало внимания третьим, — в книге, охватывающей такой объем материала, подобные погрешности неизбежны. В основном я писал об арт-дилерах, торговавших картинами, а поскольку цену отношения, связывающие меня с коллегами в художественном мире, по возможности избегал говорить о ныне живущих. Но, несмотря на все вышесказанное, надеюсь, что анализ эволюции арт-дилерства, предлагаемый в этой книге, поможет взглянуть на историю искусства под новым углом.

Часть I  
РЕНЕССАНС  
И ПРОСВЕЩЕНИЕ

# 1. АГЕНТЫ И ТОРГОВЦЫ: ПРОДАЖА ПРЕДМЕТОВ ИСКУССТВА ДО 1700 ГОДА

Когда берет начало история арт-дилерства? Исходная схема приобретения предмета искусства была следующей: художник писал картину, а потом продавал ее лицу, которому она нравилась настолько, что он хотел повесить ее у себя на стене. Альтернативный вариант данной схемы предусматривал, что владелец художественного произведения, уже однажды перешедшего из рук в руки, находил покупателя, который предлагал ему за это художественное произведение приемлемую цену. Иногда богачи — покровители искусств, меценаты — заказывали картины живописцам, но и в этом случае обращались к ним непосредственно. Этот процесс существенным образом меняется, когда продавец произведения искусства, будь то его создатель или нынешний владелец, делает вывод, что получит большую прибыль, если не станет полагаться на собственные усилия, а прибегнет к помощи третьей стороны, которая выступит посредником между покупателем и продавцом. Именно в это мгновение из первозданного мрака появляется смутно различимая фигура арт-дилера со своими неотъемлемыми атрибутами: обаянием, хитроумием и профессиональными знаниями.

Поэт Гораций свидетельствует, что греческими статуями в Римской империи торговали коллекционеры, сменившие поприще. По словам историографа Плиния, точно так же покупали и продавали картины древних художников. Плиний, с его пытливым умом и тягой к научному познанию, задается вопро-

сом, как правильно назначать цены предметов искусства. Он признает, что важную роль здесь играют авторство и репутация живописца, а также выбор сюжета; кроме того, он сообщает об интересной детали: спрос на жанровые сцены в Римской империи повысился, а более традиционные, величественные и торжественные изображения богов и воинских триумфов несколько утратили популярность. В подобной художественной тенденции можно увидеть провозвестницу того буржуазного вкуса, что возобладает в Голландии XVII в., тоже предпочитавшей сцены повседневной жизни. Однако назначить справедливую цену той или иной картине по-прежнему было нелегко, и Плиний говорит, что, перебрав все возможные критерии оценки, продавец и покупатель все же не могли сойтись, стоимость картин определяли по весу. Если применить подобную систему сегодня, то полотна Фрэнка Ауербаха, с наложенной густым слоем краской, возможно, стали бы самыми дорогими в мире. Однако тот факт, что в Риме по временам прибегали к таким методам оценки, свидетельствует о весьма ограниченной роли, которую играл в ту пору торговец предметами искусства. Если единственное, что требуется от специалиста, — это уметь управляться с весами, то вся процедура оценки мало чем отличается от торговли овощами. Однако постольку, поскольку успешная торговля произведениями искусства начинает включать в себя знания об авторстве и популярности тех или иных сюжетов, роль торговца художественными предметами постепенно приобретает все большее значение.

Затем, в Темные века, торговля картинами и скульптурами замирает, но снова оживает в XV в. До эпохи Ренессанса главная функция западного искусства заключалась в том, чтобы служить делу визуальной пропаганды христианской религии. В большинстве случаев картины непосредственно заказывали живописцам высокие духовные лица или богатые жертвователи, стремившиеся снискать расположение церкви. Однако с при-

ходом Возрождения наряду с картинами, запечатлевающими святых, сцены Распятия и Святое Семейство, возникает спрос на сюжеты скорее коммерческого свойства: мифологические полотна, портреты и даже пейзажи. Старинный рынок предметов искусства являл собою именно рыночную площадь, где художники в маленьких лавочках по назначенным заранее дням предлагали свой товар желающим. Первые примеры таких рынков появились во Фландрии, великом центре европейской торговли.

К тому времени там существовали гильдии и цеха, регулирующие производство и продажу самых разнообразных изделий. Не были исключением и картины. В уставе гильдии живописцев Брюгге, принятом в 1446 г., значилось, что торговец может продавать предметы искусства только «на постоялом дворе, в те часы, когда он открыт для посетителей, кроме трех выставочных дней во время ежегодной городской ярмарки, а картинам, писанным на дереве, надлежит быть весьма изрядными. Вердикт же о соответствии таковому качеству под присягой будут выносить глава гильдии и особые блюстители гильдейских традиций». «Глава гильдии и блюстители традиций» зловещим образом напоминают что-то очень знакомое: их можно считать непосредственными предшественниками отборочных комиссий на международных ярмарках предметов искусства, появившихся пять с половиной веков спустя. Без сомнения, на них так же обижаются потенциальные участники, не прошедшие «контроль качества».

В 1460 г. на территории, примыкающей к собору Антверпенской Богоматери, был разбит крытый рынок, именуемый по-фламандски «Панд» и предназначавшийся исключительно для продажи произведений искусства. Желающим там сдавали внаем прилавки во время проводимой дважды в год торговой ярмарки. Как правило, их арендовали живописцы, продающие собственные картины, однако постепенно некоторые из них стали

предлагать и работы своих коллег, возможно не столь красноречивых и не владеющих даром убеждения. Взяв на себя эту роль, они впервые примерили амплу арт-дилеров. Приобретали картины обыкновенно купцы, вывозили их за пределы Фландрии и перепродавали в других странах, тем самым заложив основы международного арт-дилерства. Иногда картины покупали также агенты: например, Медичи посылали в Антверпен своих уполномоченных, которым вменялась в обязанность покупка картин и шпалер, затем тайно переправляемых во Флоренцию морем, в трюмах кораблей, между штуками шерстяной ткани. К сороковым годам XVI в. «Панд» поглотила Антверпенская биржа, торгово-финансовое учреждение, собравшее под одной крышей банкиров, купцов и торговцев предметами искусства и позволившее им заключать самые разные сделки. Предпринимательство процветало, и это явилось отражением главенствующей роли, которую Антверпен занял как один из центров европейской торговли, город, куда со всей Европы съезжались продавать и покупать. Английский посланник Дэниел Роджерс с удивлением отметил, что Антверпенская биржа представляет собой «малый мир, где сошлись воедино все области большого мира», тем самым невольно величая ее первым примером глобализации. Предметами искусства, подобно другим товарам, торговали в тех же помещениях биржи. В 1553 г. более четырех тонн картин и семидесяти тысяч ярдов шпалер были отправлены из Антверпена морем в Испанию и Португалию. Когда эстетические критерии грозили расстроить коммерческую сделку, прибегали к последнему средству: как встарь, назначая цену по весу.

Однако именно в XVII в. рынок предметов искусства вышел на совершенно новый уровень благодаря торговцам, которые все чаще выступали в профессиональном качестве на международной арене и тем самым устанавливали различные цены на

конкретные произведения, в зависимости от страны. Живший в Амстердаме Хендрик ван Эйленбург, который фактически единолично стал продавать картины Рембрандта, когда в тридцатые годы XVII в. нанял его для работы в своей мастерской, со временем создал сеть агентов в разных частях Европы и начал вести с ними дела: в Лондоне на него работал Питер Лели, в Париже — Эберхард Ябах, а в Шлезвиг-Гольштинии — Юрген Овенс. Жан-Мишель Пикар (1600–1682) продавал предметы искусства в Париже, а потом заключил коммерческое соглашение с антверпенским торговцем картинами Маттейсом Мюссоном (1598 — ок. 1679). Мюссон поставлял Пикару работы антверпенских художников для продажи на парижском рынке. Пикар передавал Мюссону детальную информацию о том, на какое искусство существует спрос в Париже, а Мюссон заказывал антверпенским художникам картины, долженствующие угодить вкусу парижан. Сохранилась переписка Пикара и Мюссона. Чего же хотел Париж (а значит, и Пикар)? Он жаждал церковных интерьеров, аллегорических полотен, вроде «Пяти чувств», жанровых сцен с изображением крестьянского быта и анималистических картин. Мюссон переслал Пикару несколько охотничьих сцен кисти Франса Снейдерса, от продажи которых тот надеялся получить немалую прибыль, но в конце концов вся его выгода составила девять процентов: по крайней мере, так он сказал Мюссону. Как обычно, деловые переговоры затрудняла медлительность тогдашней почты. Письма из Парижа в Антверпен (и обратно) шли целую неделю. За неделю многое может произойти, и каждая сторона подозревала другую в обмане. Мюссон снабжал картинами еще одного парижского торговца, Николя Перрюшо, и тот в письмах наставлял его относительно вкуса парижан, углубляясь в специфические подробности. «Картины Франческо Альбани в Париже ценят весьма высоко, но только не его последние работы», — просвещал

его Перрюшо. Подобная «разведка на арт-рынке» всегда необычайно важна. Обмен сведениями такого рода помогает торговцам заранее рассчитывать конъюнктуру.

Вящей славе Антверпена как крупного центра торговли предметами искусства, поставляющего картины и гравюры на рынки Европы, способствовал также Мельхиор Форхондт, его сын Хиллам и многочисленные внуки. Семейство Форхондт, подобно Дювинам в XIX–XX вв., рассеялось по всей Европе и стало торговать и «массовой продукцией» фламандских художников, и более утонченными образцами старинного искусства. В шестидесятые годы XVII в. трое потомков Форхондта основали в Вене филиал, который быстро стал приносить значительную прибыль и позволил им удовлетворить растущий спрос немецких коллекционеров, постепенно приходящих в себя после Тридцатилетней войны. Кроме того, Форхондты открыли отделения своей фирмы в Париже, Лиссабоне и Кадисе, где, на несколько веков опережая события, заявили свои права на заокеанский рынок европейского искусства.

Почти все упомянутые торговцы произведениями европейского искусства, чья деятельность пришлась на XVII в., начинали как профессиональные художники; многие из них занялись торговлей потому, что не могли прожить на доходы от живописи. Границы между этими поприщами в ту пору были размыты, и художники, принявшиеся торговать картинами, оказывались в весьма выгодном положении, ибо считалось, что только живописцы знают об искусстве достаточно, чтобы успешно его продавать, и только на их экспертную оценку покупатель может полагаться. В 1619 г. Парижская гильдия живописцев и ваятелей попыталась законодательно закрепить это мнение, добавив в свой устав статьи, согласно которым торговцы, намеревающиеся продавать картины или скульптуры, должны были получить на свою деятельность разрешение члена гильдии.



Кроме того, в XVII в. прогресс в этой сфере был обязан наиболее образованным и утонченным из числа торговцев картинами: они постепенно осознали и взяли на вооружение точку зрения, согласно которой живописцы есть нечто большее, нежели просто изготовители предмета, выставляемого на продажу. Выдающиеся мастера итальянского Ренессанса заставили по-новому взглянуть на личность художника, обнаружив ее величие и подлинный героизм, и это принципиально новое представление о творческой индивидуальности со временем было воспринято все более широкими кругами; соответственно, повысился статус живописца и спрос на его творения. Картины все чаще выставляли на рынок не просто как предметы роскоши, а как образцы одного из Свободных Искусств. При жизни Леонардо, Рафаэля, Микеланджело и Тициана торговцы произведениями искусства не способствовали упрочению их репутации, так как этим великим мастерам картины и статуи заказывали непосредственно аристократы, князья церкви или представители могущественных финансовых династий. Однако впоследствии утвердился миф об этих гениальных живописцах, всячески поддерживаемый такими писателями, как Джорджо Вазари, первый великий искусствовед. Это в свою очередь превратило произведения перечисленных мастеров в подобие редкостной крупной дичи, на которую принялись сладострастно охотиться богатые коллекционеры. Произведение искусства впервые стало восприниматься как трофей, и едва успевшие появиться на свет торговцы картинами тотчас же взялись поставлять его желающим, приняв на себя прежде всего роль агентов, готовых по воле клиентов путешествовать в поисках вожделенной добычи по Европе. Чаще всего их путь лежал в Италию, откуда и вывозилась бóльшая часть сокровищ.

О том, что торговцы выполняли в Италии свою миссию с небольшим успехом, свидетельствует негодование, которое они там вызвали. В XVII в. итальянцы изо всех сил сопротивлялись вы-

возу из страны картин и скульптур, созданных уже признанными и высокопочитаемыми мастерами. Академия Святого Луки громогласно обличала своекорыстные некоторых своих соотечественников: «Разве не надлежит всякому честному человеку восскорбеть, сокрушиться духом и преисполниться возмущения, узрев, как произведения искусства, предназначавшиеся для украшения святых храмов или великолепных дворцов знати, выставляются на продажу в лавках или у уличных торговцев, словно дешевый товар?» Очевидно, что торговцам предметами искусства необходимо было учитывать эту недоброжелательную обстановку и предстать в глазах окружающих чем-то большим, нежели просто поставщики товара. Арт-дилерство в его современном облике возникло в эпоху Ренессанса, когда принципиально изменилось восприятие продаваемой картины и ее стали рассматривать уже не как результат усилий ремесленника, а как образец одного из Свободных Искусств. Вследствие этого торговцы картинами и скульптурами столкнулись с новыми проблемами и открыли для себя новые возможности. Наряду с более традиционным типом торговца, который продавал свой товар в лавке или в мастерской, появилась и его новая разновидность: такой торговец заключал сделки уже на «ничейной земле», где трудно отличить ценителя от купца, и был коллекционером, то есть собирал прекрасные произведения искусства в собственном доме или галерее и по временам соглашался расстаться с ними, обыкновенно за круглую сумму. Потенциальных покупателей он привлекал сочетанием респектабельности и профессиональных знаний. Картины, гравюры и статуи он предлагал уже не просто как товар, а как нечто несравненно более возвышенное и утонченное. Будучи весьма прогрессивной, подобная стратегия вполне себя оправдала. За образец одного из Свободных Искусств вы могли потребовать более высокую цену, чем за обыкновенное ремесленное изделие. Одним из первых представителей и эталоном торговца нового

типа можно считать Якопо Страду, венецианца XVI в. На одном из наиболее привлекательных портретов кисти Тициана запечатлен именно Страда: не будучи профессиональным торговцем произведениями искусства, он выступал как знаток, ценитель и собиратель, разбогатевший благодаря коллекционированию эстетически значимых предметов и консультациям, которые давал другим коллекционерам (см. ил. 1). Но почему на портрете он устремил взгляд не на статуэтку, которой занят в данный момент, а куда-то за пределы картины? Это явно значимая деталь. Страда знает ценность статуэтки, и эстетическую, и коммерческую. Однако он не настаивает на том, что непременно должен ею обладать. Если представится случай, он готов продать ее — и продать с прибылью.

В это же время был заключен прочный союз между торговцами, с одной стороны, и критиками и искусствоведами, всячески поддерживающими их усилия, — с другой. Как мы видели, сочинения Вазари служили потенциальным покупателям своеобразным ориентиром, проливая свет на сравнительные достоинства различных художников прошлого. Пример того, как торговец картинами может на практике использовать поддержку и помощь критика, дает нам наш старый друг Жан-Мишель Пикар, который в шестидесятые-семидесятые годы XVII в. продал большое число работ Рубенса герцогу де Ришелье. Едва ли можно счесть случайным совпадением тот факт, что одновременно искусствовед Роже де Пиль изо всех сил популяризировал Рубенса в целом цикле работ, где утверждал, будто фламандский мастер превосходит Пуссена. Подобное сотрудничество торговца картинами или коллекционера, с одной стороны, и критика или историка искусства, с другой, имеющее целью ввести моду на конкретного художника, — коммерческая тактика, к которой нередко прибегают и в наши дни.

Спрос на лучшие образцы живописи и ваяния по-прежнему не ослабевал благодаря монархам и аристократам. Правящие

дома Германии, Франции и Испании покупали лучшие картины, стремясь подчеркнуть свое могущество. В XVII в., когда Карл I Стюарт приобрел славу одного из крупнейших коронованных коллекционеров, в их число впервые в истории вошла британская монархия. К сожалению, он покупал картины все реже и реже, по мере того как в сороковые годы XVII в. сталкивался со все более серьезными политическими трудностями, последней из которых стала его казнь. Однако какое-то время он слыл одним из наиболее азартных и щедрых охотников за шедеврами в Европе. Его собрание весьма обогатилось вследствие экономического упадка в Италии, вынудившего многих тамошних коллекционеров расстаться со своими сокровищами. В стремлении королевских и иных аристократических домов приобретать предметы искусства за границами своих владений ловкие и опытные торговцы увидели свой шанс. По большей части коллекционеры, которые располагали деньгами, но не имели возможности путешествовать, выбирали одно из двух: либо просили об одолжении дипломатов, служивших в тех чужеземных городах, где можно было за невысокую цену приобрести достойные предметы искусства, либо полагались на собственных агентов и консультантов, покупавших для них картины и статуи, но обнаруживавших при этом разную меру ответственности, вкуса и добросовестности.

Когда дипломата назначали британским посланником в Венеции, он безошибочно прочитывал между строк невысказанное предложение: сделаться де-факто торговцем предметами искусства. В начале XVII в. сэр Дадли Карлтон, занимавший этот пост в 1610–1615 гг., выполнял роль агента графа Арандела, ведущего британского коллекционера той эпохи, который фактически составил собрание Карла I. Впрочем, Карлтон покупал картины не только для него: в 1615 г. он приобрел пятнадцать полотен венецианских мастеров и коллекцию скульптур

по поручению графа Сомерсета у Даниэля Нейса. Фламандец Нейс был хитрым и коварным торговцем, и он неизменно получал прибыль, где бы в первой половине XVII в. ни заключалась на рынке предметов искусства крупная сделка, иными словами, он подолгу жил в Италии. К несчастью для Карлтона, его покупка обернулась катастрофой, когда лорд Сомерсет попал в немилость у короля и не смог оплатить коллекцию. К этому времени Карлтон уже передал за нее Нейсу деньги из собственного кармана, и теперь на Карлтона обрушилось самое страшное, что может вообразить агент. Пути к отступлению были отрезаны. Старый лис вроде Нейса ни за что не согласился бы отменить сделку. Вполне можно представить себе, что он ответил Карлтону вежливым отказом: «Весьма сожалею, но я не занимаюсь благотворительностью». Карлтон, оставшись с купленными картинами и скульптурами на руках, лихорадочно принялся искать нового покупателя. Со временем он сбыв картины Аранделу, но от скульптур не так-то просто было избавиться. И только когда дипломатическая карьера привела его в Гаагу, он наконец нашел для них покупателя в лице сэра Питера Пауля Рубенса, который и сам слыл проницательным и расчетливым игроком на этом рынке. Карлтон принял в оплату произведения самого Рубенса и, в свою очередь, сумел пристроить одну из этих картин, «Даниил во рву львином», в коллекцию Карла I. Так кружится колесо коммерции.

Арандел же в поисках надежного агента, который мог бы приобретать от его имени картины и скульптуры в Италии, обратил свой взор не на дипломатический корпус, а на ряды духовенства, из коих и рекрутировал его преподобие Уильяма Петти. Впоследствии Петти, ранее служившего домашним учителем в семье Арандела, стали регулярно отправлять в Италию, и ремесло торговца картинами весьма пришлось ему по вкусу. Он приобрел несколько значительных произведений искусс-