

Dorota Żaglewska

dorota.d@amu.edu.pl
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Kulturoznawstwa
ul. Szamarzewskiego 89A
60-568 Poznań

Retoryka aukcji na rynku sztuki Auction rhetoric on the art and antiquities market

Summary: The article deals with the practices of art auctions, both Polish and foreign. Observations of the auctions allow one to draw some conclusions about the condition of the art market and its standards. The author discusses the language competences and communication strategies adopted by auctioneers in the context of the theories of Pierre Bourdieu and Olav Velthuis. The article considers also the broader context of non-language rhetoric on art auctions: the visual perspective, the way of object exposition, so-called "theatricality", as well as the position of the players within the art market.

Keywords: Pierre Bourdieu, Olav Velthuis, art auction, art and antiquities market, auction house, Christie's Auction House, Agra-Art Auction House, Ostoya Auction House, Adam's Auction House

Streszczenie: Artykuł poświęcony jest praktykom aukcyjnym na rynku sztuki, zarówno polskim, jak i zagranicznym. Obserwacje przebiegu licytacji pozwalają wyciągać pewne wnioski o kondycji rynku i jego standardach. Kompetencje językowe czy podejmowane strategie komunikacyjne licytatorów są rozpatrywane w ramach rozważań Pierre'a Bourdieu oraz Olava Velthuisa. Omawiany jest także szerszy, pozajęzykowy kontekst retoryki aukcji dzieł sztuki: oprawa wizualna, sposób ekspozycji obiektów, swoista teatralizacja, a także pozycja graczy aukcyjnych w polu rynkowym.

Słowa kluczowe: Pierre Bourdieu, Olav Velthuis, aukcje dzieł sztuki, rynek antykwaryczny, dom aukcyjny, Christie's, D.A. Agra-Art, D.A. Ostoya, D.A. Adam's

Wprowadzenie

Rynek sztuki bywa widziany jako „rynek komunikacji, gdzie plotki, przekazy i ciągły dostęp do informacji są kluczem do przetrwania”¹. Z wywiadów przeprowadzonych przez Ulrike Klein w Nowym Jorku w latach 90. XX w. wynikało, że uczestnicy rynku „uważają komunikację za najbardziej wartościowy zasób w poszukiwaniu informacji o sztuce i świecie sztuki”². Stąd konieczne jest zbadanie czegoś, co może być określone za Pierre’em Bourdieu jako „kapitał lingwistyczny”³, a więc kompetencje i strategie językowe uczestników rynku sztuki. Tropienie takich praktyk komunikacyjnych może przysporzyć wiedzy o kondycji rynku.

Autorka niniejszego artykułu⁴ niejednokrotnie miała okazję uczestniczenia, zarówno w charakterze obserwatora, jak i aktywnego uczestnika, w aukcjach organizowanych przez polskie i zagraniczne domy aukcyjne. Czytelnik zapozna się z opisem najbardziej znamienitych przypadków takich aukcji, które oddają ich specyfikę w najpełniejszy sposób i odzwierciedlają głębokie podziały wewnątrz tego segmentu rynku antykwarycznego. Dla uchwycenia kontrastów zdecydowano się na opis aukcji, które przebiegały w sposób nieraz skrajnie odmienny. Owe „antytezy” są świadomym uproszczeniem, pozwoliły bowiem jak w soczewce skupić różnorodność ofert rynku aukcyjnego.

Dlaczego tak ważne jest badanie aukcji – będących codziennością rynku sztuki – oraz opisywanie obyczajów aukcyjnych, tych pozornie błażych drobiazgów i oczywistości, takich jak praktykowane maniere językowe licytatorów? Otóż, wedle Bourdieu cytowanego przez Małgorzatę Jacyno, „dopiero codzienność odkrywa różnicowanie i strategiczny charakter praktyk”⁵. Można wtedy uchwycić właściwe uczestnikom tego świata „wycucie granic”, „wycucie gry”, „wycucie spraw” czy jeszcze inaczej: „wycucie własnego miejsca”⁶. W rezultacie widzimy, jak „wdrożony repertuar wyborów przeobraża się w możliwości formułowania odpowiedzi na wyzwania rzeczywistości”⁷. Co więcej, „stosunek do języka, owa nieskończona suma nieskończenie małych zróżnicowanych sposobów działania czy mówienia [...] sumuje pod pewnym względem całokształt stosunków, które łączą ów system

¹ U. Klein, *The Business of Art Unveiled: New York Art Dealers Speak Up*, Peter Lang, Frankfurt am Main - Berlin - Bern - New York - Paris - Wien 1994, s. 40.

² Ibidem, s. 2.

³ Por. P. Bourdieu, J.-C. Passeron, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, PWN, Warszawa 1990, s. 157 i in.

⁴ Będącego zredagowanym fragmentem rozprawy doktorskiej pt. *Wpływ kapitału kulturowego na polski rynek antykwaryczny*, napisanej w 2015 r. pod kierunkiem prof. dra hab. G. Dziamskiego, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Kulturoznawstwa, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu [niepubl.].

⁵ M. Jacyno, *Iluzje codzienności. O teorii socjologicznej Pierre’a Bourdieu*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 1997, s. 26.

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

ze strukturą stosunków międzyklasowych⁸. Uwaga ta jest wskazówką, jak czytać wypowiedzi uczestników rynku, aby rozpoznać ich pozycję w polu rynku sztuki.

Należy zaznaczyć, że słowo „retoryka” używane jest w niniejszym artykule tylko częściowo zgodnie ze jego słownikowym znaczeniem, jako sztuki przemawiania i przekonywania. Dotyczy ono tu przede wszystkim językowej sprawności i działań perswazyjnych, budowanych jednakże nie tylko za pomocą aktów mowy, lecz również innych, pozajęzykowych praktyk rynkowych, takich jak zachowanie, ubiór czy gestykulacja aukcjonera, a także wygląd domu aukcyjnego, włącznie z rozmieszczeniem i oprawą wizualną obiektów.

Dom aukcyjny Christie's w Amsterdamie

Pierwszy opis – dotyczący aukcji w oddziale domu aukcyjnego Christie's – ma na celu unaocznienie wielorakich słabości systemu aukcyjnego w Polsce. Aukcje w Christie's czy Sotheby's są bowiem przykładami najbardziej profesjonalnej praktyki tego typu na rynku sztuki w ogóle. Autorka niniejszej pracy obserwowała jedną z listopadowych aukcji sztuki Dawnych Mistrzów w holenderskim oddziale Christie's w Amsterdamie, która odbyła się w 2012 r.⁹ Zaczniemy od opisu miejsca, w którym rozgrywał się ów wspaniały spektakl aukcji sztuki. Siedziba domu aukcyjnego, willa miejska z lat 20. XX w., położona w sercu prestiżowej dzielnicy Amsterdam-Zuid, to właściwie wytworny salon sztuki. Wchodzący do budynku zobaczyć mogli reprezentacyjny hol z recepcją. Ściany ozdobione zostały obrazami w sposób oszczędny i przemyślany: to nie nachalna reklama czy desperacka próba pomieszczenia jak największej ilości towaru. Tutaj nic nie kojarzyło się z przymusem zakupu. Właściwa sala licytacyjna mieściła się na pierwszym piętrze. Wnętrze było dość spore, ale nieprzytłaczające. Ściany i podłoga wyłożone zostały miękkimi materiałami najlepszego gatunku. Aranżacja przedaukcyjnej ekspozycji prac przypominała pierwszorzędną wystawę: obiekty rozmieszczono i oświetlono niezwykle harmonijnie i efektownie, posiadały też nieraz bardzo rozbudowane opisy, umieszczone na ścianie obok pracy lub też, w przypadku znacznie większych dzieł, na osobnym pulpicie. Dla takich miejsc Olav Velthuis roztaczał następujące opisy: „Światło jest tu przygaszone, dywany miękkie, podłogi drewniane i wypolerowane. Wygodne krzesła lub kanapy służą przeczuciu drogo wyglądających, luksusowo wydanych katalogów”¹⁰.

W dzień aukcji ściany opustoszały, a środek sali wypełnił się krzesłami. Obiekty zostały ukryte przed oczami widowni, z kilkoma wyjątkami tych, które znajdowały się bliżej „sceny” licytatora. Przypadek ten dotyczył zwykle ważniejszych

⁸ Por. P. Bourdieu, J.C. Passeron, op. cit., s. 225.

⁹ Por. katalog aukcji dostępny na stronie: <http://www.christies.com/lotfinder/salebrowse.aspx?intSaleId=23513&viewType=listview&num=30&action=paging&pg=3> [dostęp: 2.05.2013].

¹⁰ O. Velthuis, *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton University Press, Princeton 2005, s. 46.

i droższych dzieł. W ten sposób aukcjoner wywołujący daną pracę wskazywał jej miejsce na ścianie. Na wprost wejścia do sali, na lekkim podwyższeniu, mieścił się pulpit licytatora oraz biurka dla protokolantów i pracowników obsługujących licytację telefoniczną i internetową. W samym centrum podium umiejętnie zaaranżowane oświetlenie zwracało uwagę na najważniejsze miejsce sali: ekspozytor prac. Była to obrotowa konstrukcja, która umożliwiała, z jednej strony, eleganckie eksponowanie licytowanej pracy, z drugiej zaś szybką i dyskretną zmianę obiektów za „kulisami” aukcji.

Sama licytacja odbywała się porą wieczorową, co jest utartym zwyczajem dla dużych domów aukcyjnych organizujących ważne sprzedaże. Takie aukcje trwają najwyżej 3-4 godziny, nie zaś cały dzień, jak to bywa w wielu mniejszych zachodnich domach aukcyjnych, które wystawiają jednocześnie tysiące obiektów różnych kategorii. Takie ograniczenie czasowe wpływa na charakter samego wydarzenia, przypominającego bardziej eleganckie przyjęcie niż mozolną, wielogodzinną wyprzedaż. W omawianej aukcji, co również jest normą dla tego typu licytacji, cena wywoławcza zazwyczaj oscylowała wokół połowy, 2/3 lub 3/4 wysokości dolnej estymacji ceny obiektu. Było to więc rozwiązanie pośrednie: umożliwiało skrócenie czasu przeciętnej licytacji, pozwalając jednocześnie na „zagranie do walki” zaangażowanych uczestników. Wszystko po to, by umiejętnie zrównoważyć dwa przeciwstawne wrażenia: lekkiej, niemęczącej atmosfery „eleganckiego przyjęcia” oraz emocjonującej rozgrywki.

Sam występ licytatorów zasługuje na recenzję podobną do tej, jaką wystawiamy błyskotliwym aktorom. Zaiste, było to „praktyczne mistrzostwo”¹¹: aukcjonerzy występowali przez mniej więcej godzinę, po czym, gdy głos odmawiał im posłuszeństwa, ustępowali nie gorszym zmiennikom. Ich słownictwo, gesty, mimika tworzyły spójną całość. Były energiczne, porywające, a jednocześnie profesjonalne i godne zaufania. Język, jakim posługiwali się prowadzący aukcję, przypominał czasem wojenne okrzyki. Przytoczone zawołania cytowane są w języku angielskim, w którym odbywała się całość licytacji: „Who would like to step in?”, „Thousand against you”, „Two thousand against all”, „It’s not yours”, „You have to hurry”, „Maybe one step more”. Nader często powtarzana fraza: „I can sell it” brzmiała jak groźba i zachęta jednocześnie. Zawieszenie głosu po okrzyku: „I’m selling it for...” elektryzowało całą salę. Wreszcie: „No regrets, sold to...”, które wywoływało ulgę pomieszaną z uczuciem żalu i chęci odegrania się, również wśród tych, którzy jedynie obserwowali rozgrywkę.

Nie mają jednak sensu samo przytaczanie komunikatów aukcjонера. Trzeba raczej przeżyć całość widowiska na własnej skórze, by doświadczyć przemożnego wpływu przemowy licytatora, zobaczyć ogrom dramaturgii zawartej w okrzykach mieszanych z odgłosem młotka, gorących zachęt, tłumaczeń, zapytań o gotowość do licytacji i wskazywania wyciągniętą dłońią, które miało moc niemal performatywną.

¹¹ Por. M. Jacyno, op. cit., s. 27.

Obserwacja aukcji w Christie's dobitnie potwierdza uwagę teoretyczną dotyczącą sprawności w poruszaniu się w ramach gry oraz wierze w ową grę: „agensi dobrze dostosowani do gry są owdądnięci grą i to na pewno tym lepiej, im lepiej ją opanowali”¹². Sprawność ta, w wymiarze językowym, przejawia się w niekwestionowanej swobodzie, która zaciera wszelkie podejrzenia o „aktorstwo” występujących licytatorów. To nie odtwarzana sztuka, ale – chciałoby się powiedzieć – niewymuszony styl bycia, spójny, kompletny, a w efekcie przekonujący. Być może jest on nieco przerysowany (i stąd też atrakcyjny dla widowni na sali aukcyjnej), ale nie można odmówić owemu stylowi naturalności. Jest to dobitne potwierdzenie tezy sformułowanej przez Bourdieu, że „w stosunku do języka odnajdujemy zasadę decydującą o najbardziej widocznych różnicach między językiem mieszczańskim a językiem ludowym [...]. Elegancki dystans, hamowana łatwość oraz sztuczna naturalność [...] przeciwstawiają się bezpośrednio i ekspresyjności języka potocznego”¹³.

Wszystko to sprawia, że widownia nie myśli o aktorstwie występującego licytatora, ale daje się uwieść jego grze. Wierzy w przemyczone uwagi merytoryczne (choć nieliczne, by nadto nie znużyć mentorstwem), a jeszcze bardziej i jeszcze łatwiej wierzy w przekaz emocjonalny – najczęściej entuzjastyczny, przesycony subiektywnymi, zdawałoby się osobistymi, spostrzeżeniami. Czy w istocie licytator jest przekonany, że prezentowane dzieło „jest najwspanialsze w dorobku artysty, absolutnie ujmujące i niepowtarzalne”? To już tajemnica jego gry i jego występu. Zapewne, kalkulując na chłodno, licytator naprawdę tak nie uważa – przecież podczas aukcji w ten właśnie sposób nazywa on co chwila różnej klasy obiekty. Nie wszystkie określane jako „wspaniałe” mogą być więc odzwierciedleniem jego gustu. Ale chłodna kalkulacja to nieczęsty gość na sali aukcyjnej.

Zresztą i wzmianki o „aktorstwie” licytatorów nie można traktować zbyt dosłownie. W ich własnym przekonaniu przecież to nie sama gra stanowi o sukcesie aukcji, lecz przede wszystkim klasa oferowanych obiektów, wola lub zasobność widowni i tym podobne. Co więcej, działania licytatorów nie są dla nich celem samym w sobie właśnie z racji „zanurzenia w świecie”, w którym owa gra ma sens. Poniższą wypowiedź Bourdieu należy traktować jako uwagę rozgraniczającą owo – niekoniecznie uświadamiane – respektowanie tej praktyki od działania świadomego, celowego:

Czy uwieńczeniem, czyli celem ludzkiego zachowania, naprawdę zawsze jest rezultat będący dosłownym końcem tego zachowania? Myślę, że nie. Jaki jest zatem ten ich bardzo dziwny stosunek do świata [...], w którym dążą do celów, choć ich nie wyznaczają? Otóż agensi społeczni mający wycucie gry, którzy uwewnętrzzyli mnóstwo praktycznych schematów postrzegania i oceny, funkcjonujących jak narzędzia konstruowania rzeczywistości, jako zasady postrzegania i podziału świata, w którym się poruszają, nie potrzebują określać zadań swojej praktyki jako celów. Nie są tu podmiotami wobec

¹² Ibidem, s. 117.

¹³ Ibidem, s. 208.

przedmiotu [...] ustanowionego poprzez intelektualny akt poznania; są całkowicie zanurzeni w swojej sprawie, w tym, co mają do zrobienia, są obecni w tym, co ma nadejść [...], w zajęciu [...], w bezpośrednim korelacje praktyki [...], który nie jest przedmiotem myśli ani możliwości, ani możliwością przewidzianą przez projekt, ale czymś wpisanym w teraźniejszość gry¹⁴.

Również Velthuis pisał o „teatralizacji” najważniejszych światowych aukcji. Podawał on, że obiekty, co do których żywiona jest nadzieja na największe zyski, umieszczane są w najbardziej prestiżowych placówkach firm aukcyjnych. Wstęp na takie licytacje jest możliwy tylko z zaproszeniem, same zaś wydarzenia przypominają uroczyste gale dla socjety, a sprzedawane dzieła traktowane są jak fetysze sztuki. Ekspozowane podczas licytacji jakby na ołtarzach, na tle aksamitnej zasłony, nieraz po osiągnięciu rekordowej ceny dostają owacje na stojąco. Płatności natomiast można dokonać niemal od razu – to specyfika rynku aukcyjnego, że nikt nie ukrywa tu związków sztuki z pieniędzmi, przeciwnie, retoryka aukcji opiera się przecież na informowaniu o cenach. Im większe są to ośrodki, tym większe i głośniejsze padają rekordy.

Powyższe uwagi dotyczą także innych rodzajów owej niewymuszonej swobody, jaką można przypisać największym graczom aukcyjnym. Mogą one odnosić się do strategii biznesowych czy marketingowych, podejmowanych w celu zwiększenia obrotów. Poniższe opisy aukcji dotyczą przykładów zaobserwowanych przez autorkę artykułu na rynku polskim.

Dom Aukcyjny Adam’s w Poznaniu

Przywołajmy najpierw 81. Aukcję Antyków i Sztuki Współczesnej Domu Aukcyjnego Adam’s w Poznaniu z 12 czerwca 2010 r. Wedle informacji autorki, była to ostatnia licytacja sztuki przeprowadzona przez ten dom aukcyjny¹⁵ i zarazem ostatnia aukcja zorganizowana w Poznaniu¹⁶. Choć, jak czytamy na stronie D.A. Adam’s, „prowadzi on działalność od 1991 roku [...] i jest zainteresowany unikatowymi dziełami sztuki o muzealnym znaczeniu w idealnym stanie zachowania z dziedziny malarstwa polskiego i obcego oraz ekspozatami dawnej sztuki użytkowej”¹⁷, to jednak

¹⁴ P. Bourdieu, *Rozum praktyczny. O teorii działania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 117.

¹⁵ 18 czerwca 2016 r. odbyła się, wedle informacji na stronie internetowej D.A. Adam’s, „82. aukcja antyków i 2. aukcja sztuki nowoczesnej”. Por. <http://domaukcyjny.adam-s.pl> [dostęp: 29.05.2016].

¹⁶ Zawieszenie działalności D.A. Adam’s zbiegło się z zaprzestaniem organizowania aukcji przez poznańską Galerię Miejską Arsenał, które miały kilkunastoletnią tradycję – od 1994 do 2011 r. Por. W. Szafranski, *Aukcje w poznańskim Arsenale*, „Art&Business” 2008, nr 1-2, s. 26-27. Jak wynika z informacji uzyskanych przez autorkę od Georgi Gruewa z Galerii Miejskiej Arsenał, ostatnia aukcja w galerii charakteryzowała się niskim odsetkiem sprzedanych obiektów (na 46 sprzedano tylko 2). Ponadto odstąpiono od organizacji licytacji ze względu na ideę galerii miejskiej, z założenia bezstronnej i niezaangażowanej rynkowo.

¹⁷ Por. <http://domaukcyjny.adam-s.pl/info.php> [dostęp: 2.01.2015].

w ostatnich pięciu latach działalność związana z rynkiem antykwarycznym została znacząco zredukowana¹⁸. W lokalnym, poznańskim środowisku D.A. Adam's traktowany jest przez uczestników rynku z pobłażaniem, jako swoiste kuriozum, nieodgrywające większej roli. Z kolei przepytowani na tę okoliczność respondenci badań prezentowanych w rozprawie doktorskiej autorki tekstu, na pytanie o aukcje lub wystawy w Adam's reagowali śmiechem lub wzruszeniem ramion. Niestety, działalność tego domu aukcyjnego bywała również kojarzona negatywnie: łączono z nim historie o oszukiwaniu klientów, przeprowadzaniu aukcji niezgodnie ze standardami, sprzedawaniu wątpliwych obiektów.

W programie omawianej aukcji D.A. Adam's znalazła się zarówno aukcja sztuki współczesnej, obrazów sztuki dawnej, jak i aukcja rzemiosła artystycznego: srebra, porcelany, brązów, szkła oraz warii¹⁹. Co znamienne, prawie wszystkie obiekty miały jednakową cenę wywoławczą. Na polskim rynku aukcyjnym taki zabieg stosuje się rzadko i właściwie jedynie w przypadku sprzedaży tzw. sztuki młodej. W ciągu kilku ostatnich lat licytacje takich prac zaczynały się zwykle od 500 zł (w przypadku aukcji w Warszawie) lub kwot niewiele niższych (w przypadku wcześniej organizowanych tzw. aukcji promocyjnych w D.A. Rynek Sztuki w Łodzi). Na rynku antykwarycznym nie stosuje się aż tak ujednoliconych cen wywoławczych, co więcej, nie ma tam cen tak niskich, bo wynoszących jedyne 100 zł.

Trudno ocenić, jaki efekt chciał uzyskać w ten sposób organizator omawianej aukcji. Być może chodziło o skuszenie szerszej publiczności. Postępowanie takie można jednak porównać do obietnicy bez pokrycia, nie jest bowiem możliwe sprzedanie za podobną cenę XIX-wiecznego (choćby niskiej klasy) obrazu, srebrnej patery czy pracy artysty współczesnego, gdyż są to przedmioty różnej klasy. Brak informacji na temat estymacji lub ceny wywoławczej, która pozwoliłaby zorientować się co do szacunkowej wartości obiektu, to zabieg bardzo ryzykowny. Można założyć, że takie działanie bardziej zniechęci i zdezorientuje, niż zachęci potencjalnych klientów. Kwota 100 zł jest też, jak wskazuje praktyka na rynku, zbyt niska, by wytworzyć tak potrzebny w całej grze „ferwor aukcyjny”: wywołanie i utrzymanie emocji uczestników na takim poziomie, by osiągać wysokie wyniki. Taki ferwor nie może trwać zbyt długo – czas od momentu ogłoszenia ceny wywoławczej aż do chwili przekroczenia progu ceny rezerwowej jest tu kluczowy. Niepodobna też wytworzyć tej samej gorączki wśród uczestników aukcji, jeśli pułap startowy jest za

¹⁸ Właściciel, z którym autorka skontaktowała się telefonicznie w 2013 r., prosząc o możliwość przeprowadzenia wywiadu, poinformował, iż będzie przebywał poza granicami kraju przez dłuższy czas. W siedzibie firmy Adam's działa obecnie jedynie kawiarnia i centrum konferencyjne. Epizodycznie w budynku odbywają się wystawy sztuki, jednakże trudno jednoznacznie ocenić ich profil oraz potencjalnych odbiorców. Na przełomie 2009 i 2010 r. zorganizowano np. ekspozycję zatytułowaną „Wystawa Amadeo Modigliani”, która wzbudziła wątpliwości co do autentyczności wystawianych prac. Por. informację na http://www.digart.pl/aktualnosci/10890/Wystawa_dziel_Amedeo_Modigliani.html#_VM5EfGiG9EE [dostęp: 1.02.2015].

¹⁹ Ta i poniższe informacje dotyczące aukcji pochodzą z katalogu 81. Aukcji Antyków i Sztuki Współczesnej Domu Aukcyjnego Adam's w Poznaniu z 12 czerwca 2010 r.

każdym razem identyczny. Powtarzalność czyni przebieg aukcji przewidywalnym, obniżając tym samym napięcie i chłodząc emocje.

Rzeczywiście, w przypadku omawianej aukcji autorka niniejszego artykułu zaobserwowała, że w dniu licytacji na sali znalazła się nieliczna, około dwudziest osobowa widownia, wśród której próżno by szukać zdeterminowanych kupców. Aukcjoner rozpoczął licytację obiektów, jednak po krótkim czasie okazało się, iż nikt nie przejawia chęci wejścia do gry. Wówczas stało się coś bezprecedensowego w praktyce aukcyjnej – licytator zrezygnował z wywoływania kolejnych prac i wprost zapytał uczestników, którym obiektem byłiby zainteresowani. Takie rozwiązanie, wedle informacji autorki, nie ma miejsca nawet w prowincjonalnych zachodnich domach aukcyjnych. Jest to bowiem zerwanie porządku i ciągłości aukcji oraz swoista rezygnacja aukcjонера z inicjatywy na rzecz publiczności.

Tymczasem to aukcjoner powinien być najważniejszym, najaktywniejszym uczestnikiem tego „spektaklu”. Jest on wręcz jego reżyserem czy choreografem, ma władzę nad swoją widownią. Nie można tłumaczyć takiej rezygnacji z inicjatywy dużą liczbą obiektów (w tym przypadku było ich niemal 600) i chęcią przyspieszenia przebiegu licytacji. W wielu zachodnich domach aukcyjnych wystawia się czasem i 2000 prac na jednej aukcji, która trwa przez kilka dni. Wciąż jednak każdy obiekt jest wyczytywany i ma szansę znaleźć swego nabywcę. Gdyby normą było postępowanie aukcjонера z D.A. Adam’s, właściciele przedmiotów oferowanych na aukcjach nie mogliby mieć pewności, że dołożono wszelkich starań, by je sprzedać. Co więcej, mogliby podejrzewać, że ich własność nie została nawet zaproponowana potencjalnym kupcom.

Podczas omawianej aukcji miało miejsce jeszcze jedno niespotykane wydarzenie. Na wezwanie aukcjонера jeden z uczestników poinformował, którym obiektem jest zainteresowany. Rozpoczęto licytację, lecz w pewnym momencie klient, poirytowany ciągłym przebijaniem swojej oferty przez licytatora, zrezygnował. Walka bowiem, poczynwszy od owych wywoławczych 100 zł, trwała długo, wciąż jednak oferta była zbyt niska, by móc obiekt sprzedać. Wtedy aukcjoner zapytał: „Ile może zatem pan zapłacić?”. Takie pytanie ostatecznie uniemożliwiło normalny przebieg aukcji i było zaprzeczeniem najbardziej podstawowych jej standardów. Wkrótce potem osoby na sali zaczęły zgłaszać własne propozycje cen obiektów, nie czekając już na zwyczajowe postąpienia. Aukcjoner głośno wyczytywał, co i za ile może sprzedać. Ujawniał tym samym – z definicji tajne – ceny rezerwowe, to znaczy takie, poniżej których nie można nabyć obiektu. Wykluczył tym samym możliwość podbijania cen ponad tę wartość: nikt nie chciał już zapłacić więcej, niż to było absolutnie konieczne, a znając minimalny próg wartości, dokładnie tyle, i tylko tyle, ewentualnie oferował.

Ostatecznie podczas aukcji sprzedano kilka prac, co do których uzgodniono pułap satysfakcjonujący obie strony. Żadną miarą nie można jednak opisać takich transakcji w terminologii aukcyjnej. Co prawda do kupujących los się uśmiechnął, jednak właściciele obiektów o takim szczęściu nie mogli mówić: ich przedmioty zo-

stały sprzedane po cenie absolutnie minimalnej. Podczas licytacji w sposób brutalny zrezygnowano z najważniejszych jej zasad, pozbawiając ją tym samym sensu i przeradzając w zwykłą negocjację cen. Omawiana aukcja w Poznaniu może być zatem przykładem zanegowania podstawowych standardów aukcyjnych. Nie jest usprawiedliwieniem niski popyt na rynku – można wręcz twierdzić, że ów niski popyt ma swoje źródło m.in. w takich nieetycznych praktykach.

Dom Aukcyjny Agra-Art w Warszawie

By nakreślić obraz polskiego rynku aukcyjnego nie tylko na podstawie jego patologicznych odmian, przywołajmy inny przypadek: Aukcję Sztuki Dawnej i Współczesnej w Domu Aukcyjnym Agra-Art w Warszawie, zaobserwowaną przez autorkę artykułu w dniu 4 grudnia 2011 r.²⁰ Była to aukcja łącząca podczas jednej, ok. trzygodzinnej sesji, sprzedaż sztuki XIX-wiecznej, z obiektami z początku XX w. oraz sztuki powojennej. Oferowane prace nosiły sygnatury zarówno twórców uznanych, wręcz „muzealnych”, jak Olga Boznańska czy Władysław Podkowiński, jak i artystów, których obecność to żelazny punkt dużych polskich aukcji: Wojciech Kossak czy Alfons Karpiński. Między takimi nazwiskami w ciągu aukcji umieszczono prace pomniejszych: XIX- i XX-wieczne sceny rodzajowe mniej znanych twórców polskich i zagranicznych – w większości niemieckich, francuskich lub holenderskich, rzadko przekraczające kwoty 10 tys. zł. Przebieg aukcji odpowiadał podziałowi czasowemu prac: ostatnie 20 ze 100 obiektów reprezentowało powojennych klasyków polskiego malarstwa, czyli Tadeusza Dominika, Franciszka Starowieyskiego czy Leona Tarasewicza.

Aukcja odbywała się w jednej z sal konferencyjnych Hotelu Bristol przy Krakowskim Przedmieściu. Wybór takiej lokalizacji – nie zaś siedziby Agry-Art przy ul. Wilczej – podyktowany był zapewne względami prestiżowymi, jak i praktycznymi, uwzględniającymi wielkość sali. Wnętrze w Hotelu Bristol, pretendujące do wytworności w duchu szykownych hoteli z lat 90., było jednak znacznie skromniejsze od przywoływanej sali Christie's w Amsterdamie. Licytator, ten sam przez cały czas aukcji, zajmował miejsce na szczycie sali, przy pulpicie. W jego pobliżu znajdowały się sztalugi, na których stawiano kolejne prace. W pierwszych rzędach widowni rozmieszczono pracowników odpowiedzialnych za licytacje telefoniczne. Tam również członek zarządu Agry-Art, Konrad Szukalski, obsługiwał równoległą licytację internetową. Można więc powiedzieć, że na „scenie” występował jeden aktor – licytator.

Na początku aukcji uczestnicy zostali wprowadzeni w jej podstawowe reguły: przypomniano wysokość kolejnych postąpień, wskazano na obiekty z katalogu, które zostały wycofane z aukcji lub posiadały zmieniony opis. Takie wprowadzenie jest na polskim rynku często konieczne z uwagi na obecność osób mniej zorientowanych w tajnikach aukcji. Świadczy to o poziomie kompetencji uczestników

²⁰ Por. ofertę na stronie: http://www.agraart.pl/howe/auction.php?off=92&curr=EUR&id_aukcji=253 [dostęp: 1.01.2012].

licytacji – rzeczywistym lub zakładanym przez organizatorów. Dalszy „występ” licytatora można ocenić jako spójny i swobodny, świadczący o dobrym opanowaniu sztuki prowadzenia licytacji, jednak wciąż na niższym poziomie niż licytatorzy w Christie’s. Opisywanie kolejnych prac, jak i zachęcanie do wejścia w grę pozbawione były śmiałego, drapieżnego rysu, który mógłby porwać publiczność. Także antagonizowanie osób licytujących tę samą pracę nie miało charakteru wyzwania do symbolicznej walki. Choć kilka razy emocje na sali widocznie narastały, działo się tak raczej ze względu na decyzje kupujących i wysokość uzyskiwanych cen aniżeli „grę” prowadzącego aukcję. Samo zachowanie licytatora kojarzyło się raczej z asystowaniem przy decyzjach klientów, którzy już wcześniej podjęli określone decyzje zakupowe. W rezultacie przebieg aukcji był raczej spokojny.

Jak to ma miejsce w standardowych aukcjach największych polskich domów, sprzedała się większość prac, jednak nie odnotowano spektakularnych rekordów. Więcej obiektów „spadło z aukcji” (zostało niesprzedanych), niż uzyskało ceny powyżej górnej estymacji. Jeden obiekt został zakupiony na prawie pierwokupu muzealnego, co jest coraz częstszym zjawiskiem na polskich aukcjach. Co zaskakujące, kupców nie znalazły tak znamienite prace, jak abstrakcyjna kompozycja Jerzego Nowosielskiego czy portret autorstwa Olgi Boznańskiej. Najczęściej uzyskiwano ceny oscylujące w granicach ich estymacji, czasem jednak poniżej dolnej granicy estymacji lub na poziomie ceny wywoławczej. Ten ostatni przypadek był odzwierciedleniem częstych sytuacji zupełnego braku „walki” na sali aukcyjnej: jeden oferent nabywał obiekt na samym początku licytacji, nie rywalizując z nikim innym. Jedynym spektakularnym przypadkiem znacznego przekroczenia górnej granicy estymacji był ciekawie skadrowany pejzaż *Na spacerze Władysława Podkowińskiego*. Obiekt ten został obszernie opisany w katalogu, z uwzględnieniem informacji o obecności pracy na wystawie artysty w Muzeum Narodowym w Warszawie oraz o prawie do wywozu za granicę. Był to jedyny przypadek licytacji, która trwała dłużej i wzbudziła większe zainteresowanie publiczności aukcji.

Dom Aukcyjny Ostoya w Warszawie

Rynek warszawski, koncentrujący obecnie krajowy handel sztuką, to także mniejsze domy aukcyjne, nie tak prestiżowe jak wspomniana Agra-Art, DESA Unicum czy Rempex. Jednym z takich pomniejszych ośrodków jest Dom Aukcyjny Ostoya. Sama lokalizacja salonu aukcyjnego, położonego z dala od ścisłego centrum stolicy, wskazywać może na nieco marginalny charakter placówki. Choć Ostoya przyciąga klientów również spoza Warszawy, jej oferta jest nieporównanie słabsza od tych proponowanych w wymienionych wyżej trzech domach. Podczas obserwowanej aukcji z dnia 26 lipca 2014 r. sprzedawane było malarstwo oraz rzemiosło artystyczne XIX- oraz XX-wieczne. Uwagę autorki przykuła specyfika wizualna wnętrza. Przestrzeń domów aukcyjnych o niższej randze nie przypomina bowiem sal Christie’s czy Sotheby’s, czyli wytwornych salonów sztuki. Największe domy czy-

nią z sal licytacyjnych miejsca o wyciszonej, wysmakowanej estetyce, dekorując ściany co najwyżej kilkoma, i to znacznymi, dziełami sztuki, a nawet pokrywają je, jak również podłogę dyskretnym aksamitem.

Tymczasem mniejsze placówki, a taką jest Ostoya, eksponują cały oferowany towar w miejscu, gdzie odbywa się licytacja. Słowo „eksponują” jest tu nietrafne, gdyż nie jest to w żadnym razie przemyślana, uporządkowana ekspozycja, uwypatniająca walory poszczególnych obiektów. Stłoczone, chaotycznie ustawione tworzą one bezładny skład towarów. Obrazy zawieszono są tak gęsto, że uzupełniają się niczym puzzle. Antyczne stoły zakryte są drobną porcelaną ułożoną jedna na drugiej, witryny zaś przepełnione sztuką użytkową pomieszaną bez różnicy. Nieoświetlone w żaden specjalny sposób, oparte czasem wprost o ścianę, obiekty stanowią wręcz przeszkodę w swobodnym poruszaniu się po sali licytacyjnej. Całość przypomina dom kolekcjonera, który nie pamięta już gdzie i co ustawił lub co ma większą, a co mniejszą wartość. Stąd blisko już do wrażenia magazynu, w którym zamiast dzieł sztuki znajdują się jedynie obiekty.

Warto pokrótce scharakteryzować specyfikę samej licytacji. Rozgrywała się ona w lipcu, a więc poza sezonem aukcyjnym. Miało to z pewnością wpływ na przebieg wydarzenia i frekwencję na widowni. W sali mogącej pomieścić 20 osób, znalazło się jedynie kilku klientów. By wziąć udział w aukcji, wystarczyło poinformować o swym zamiarze zaledwie kilka minut przed rozpoczęciem licytacji. Aukcjoner wyczytywał tylko te obiekty z katalogu, co do których zgłoszono chęć zakupu. W praktyce na jeden przedmiot przypadał jeden oferent, co znacznie skracało czas całego wydarzenia, ale i eliminowało element rywalizacji i podbijania stawki. Co więcej, wyczytywane obrazy kładzione były przez pracowników D.A. Ostoya na zwykłe sztalugi, a przedmioty sztuki użytkowej były wprost trzymane w ich rękach. Jeden z przedmiotów podczas licytacji nie został nawet wyciągnięty z futerału. Bywało także, że licytator, wyczytując obiekt, wskazywał jedynie na jego ilustrację w katalogu. Sprzedawane dzieła nie były zachwalane czy w jakikolwiek sposób komentowane – rola aukcjonera sprowadzała się do wypowiedziania komunikatów dotyczących cen i instrukcji postępowania. Czasem jedynie dodawał on: „Gratuluję zakupu”.

Małe zainteresowanie prezentowaną ofertą przełożyło się na wyniki aukcyjne: sprzedanych zostało 16 z 262 obiektów, w tym 15 po cenie wywoławczej. Wszystko to – włącznie z brakiem oprawy podobnej do tej w opisywanej aukcji Christie's – sprowadziło aukcję Ostoi do rangi zwykłej sprzedaży galeryjnej, z tą różnicą, że publicznej, nieskrytej w kularach salonu sztuki.

Charytatywna Aukcja Sztuki w Poznaniu

Na zakończenie opisów aukcji warto przytoczyć jeszcze jeden przypadek licytacji zaobserwowanej przez autorkę artykułu, sytuujący się niejako na pograniczu świata aukcyjnego – mowa bowiem o przypadku aukcji charytatywnej. Rzecz dotyczy poznańskiej V Charytatywnej Aukcji Sztuki z 29 listopada 2014 r., zorganizowanej

przez Stowarzyszenie Aperio²¹. Przedmiotem aukcji były dzieła powierzone organizatorom bezpośrednio przez ich właścicieli – samych artystów. Jest to rzadkość na rynku aukcyjnym (ryнку wtórnym). W tym przypadku zaprzyjaźnieni ze stowarzyszeniem twórcy zgodzili się na bardzo niską, zawsze jednakową cenę wywoławczą: 100 zł. Sedno aukcji stanowił więc nie zysk artystów, ale zbiórka na szczytny cel. Ponadto, by zachęcić publiczność, nie ustalono żadnego wadium koniecznego do wpłaty przed aukcją. By odebrać numer licytacyjny, wystarczyło jedynie podać podstawowe dane osobowe.

W opisywanym wydarzeniu uczestniczyła specyficzna publiczność, nastawiona na nieco inny cel niż tradycyjni klienci aukcyjni. Z drugiej strony okazja zakupu dzieła sztuki współczesnej z niespotykaną atrakcyjną ceną wywoławczą skusiła nie tylko filantropów. Aukcja była jednak wydarzeniem przede wszystkim towarzyskim, które przyciągnęło zamożną miejscową socjetę, znajomych i całe rodziny. Mimo to licytacja wykazywała cechy profesjonalnej aukcji: z równoległym udziałem klientów telefonicznych, gwarancją autentyczności oferowanych obiektów i możliwością zwrotu prac opisanych niezgodnie ze stanem faktycznym lub co do których istniała uzasadniona wątpliwość w kwestii autentyczności²². Wreszcie, zastrzeżeń nie budziło wyeksponowanie i oświetlenie licytowanych prac, dało się jednak zauważyć mniejszą wprawę organizatorów np. w sferze „kulis” aukcji. Po sali z obiektami położonymi niejednokrotnie wprost na podłodze, chaotycznie krążyli wolontariusze w wieku licealnym, gorączkowo pakując zakupione obiekty. Te niezapakowane nie były zaś przez nikogo pilnowane.

Opisywana aukcja charytatywna może być natomiast świetnym przykładem pewnych umiejętności samego licytatora, koniecznych, jeśli ten chce porwać i wciągnąć do gry swych widzów. Aukcjoner nie może bowiem być zbyt formalistą, sztywno trzymającym się reguł licytacji. Sprawdzi się w tym miejscu urodzony gawędziarz z dobrym refleksem. Sprawnie płynie on na fali napięcia, obniża je i nasila, rozluźnia żartem i znów zagrzewa do walki. Jest poważny, bo mowa o coraz większych pieniądzach, ale bywa czasem i klaunem, nadwornym grajkiem, zabawiaczem, dowcipnisiem. Kontakt z widownią jest tu kluczowy. Trzeba bowiem wciągnąć w grę, odważyć nieśmiały, ośmielić niezdecydowanych. Dobrze sprawdzą się opowieści o dziełach, zabawianie się w historyka sztuki, który wie, że licytujemy właśnie „dobre nazwisko”. Mnóstwo tu wartościujących pozytywnie określeń i emocjonalnych zwrotów w rodzaju: „Cieszę się, że pan się włączył”, „Pani się rozkręca!”, „Te dwie panie zaraz skoczą sobie do oczu”.

W efekcie czas trwania opisywanej poznańskiej aukcji, w trakcie której wystawiono 101 prac, wydłużył się do ok. 4 godzin. Wszystkie obiekty zostały sprzeda-

²¹ Por. katalog V Charytatywnej Aukcji Sztuki w Centrum Kultury Zamek z 29 listopada 2014 r., <http://www.artinfo.pl/archiwum/pl/katalog-aukcji/katalog/v-charytatywna-aukcja-sztuki> [dostęp: 20.11.2014].

²² Por. zawarty w katalogu „Regulamin charytatywnej aukcji sztuki na rzecz dzieci z autyzmem, realizowanej w dniu 29 listopada 2014 r. o godz. 16:00 w Centrum Kultury Zamek w Poznaniu”, Poznań 2014.

ne, a wartość żadnego nie zatrzymała się na poziomie ceny wywoławczej. Owszem, wiele z nich nie przekroczyło kwoty 500 zł, co wciąż pozwala określić takie zakupy jako okazyjne. Z drugiej strony kilka prac osiągnęło wartość ponad 1000 zł, a jedna ponad 3 tys. zł, co nie jest znów tak częste w przypadku sztuki młodych artystów.

Wnioski

Jak wykazano w powyższych przykładach praktyki aukcyjnej, jej retoryka, by być przekonująca, musi być też spójna. Dobitnie potwierdza to przywołany *casus* aukcji w D.A. Adam's. Opisy te miały na celu udowodnienie tezy, że retoryka jest częścią iluzji świata aukcyjnego, częścią jej ideologii w znaczeniu przyjmowanym przez Bourdieu²³. Pamiętać trzeba, że u Bourdieu *illusio* zastępuje pojęcie ideologii, lecz nie ma tworzyć opozycji w rodzaju: fałszywa świadomość – prawda. *Illusio* to raczej wiara w określoną rzeczywistość naturalną i oczywistą, a ta naturalność i oczywistość świata „rodzi się zgodnie z koncepcją habitusu z dopasowania żywionych przez ludzi nadziei i szans podejmowanych przez nich działań”²⁴.

Jedną z tajemnic sukcesu praktyki aukcyjnej jest poczucie wygranej, jakie towarzyszy kupującemu. Choć jest to w sensie prawnym zakup, a nie nagroda, uczucie kupującego jest porównywalne do wygranej w loterii. Zresztą takie jest właśnie nazewnictwo aukcyjne, gdzie oferent proponujący najwyższą kwotę wygrywa aukcję właśnie tak, jakby liczyły się nie jego pieniądze, lecz osobiste przymioty i zdolności. Aukcja rozgrywa się tylko tu i teraz. Stąd to nieporównywalne z niczym innym bicie serca i rozedrganie kupującego – jeśli nie teraz, to już nigdy! Tutaj nic się nie powtarza, nie ma drugiej szansy. Pomyłka drogo kosztuje, a stracona szansa smakuje niezwykle gorzko. W każdym razie takie uczucia często towarzyszą aukcyjnym nowicjuszom. Jeśli aukcjoner umiejętnie wykorzysta tę właściwość, specyficzny stan ducha, który nie jest obcy także wytrawnym graczom, wtedy ma szansę uzyskać zaskakująco dobre wyniki, a nawet stać się współautorem rekordu aukcyjnego.

W niniejszym artykule autorka starała się przekonać Czytelnika, jak ważna jest rola praktyk komunikacyjnych na rynku sztuki. Umiejętności perswazyjne, znajomość retoryki aukcyjnej i nazewnictwa, sprawne posługiwanie się żargonem – wszystkie te elementy współtworzą kondycję całego rynku oraz decydują o pozycji jego uczestnika. Niestety, nie zawsze podejmowane na rodzimym rynku próby zapożyczenia retoryki typowej dla rynków zachodnich przynoszą spodziewane efekty. I tak np. fiaskiem kończą się zwykle starania, aby upodobnić rodzime aukcje sztuki do tych modelowych, z Christie's czy Sotheby's. Mówił o tym jeden z respondentów autorki tekstu, opowiadając o popularności aukcji sztuki młodej w War-

²³ Wedle którego „Ideologią może być każdy przekaz, który autodefiniuje się wprost lub ukrycie jako prawda w prawomocnym dziś sposobie jej funkcjonowania. Przekaz ideologiczny określany jest jako oficjalny, naukowy, racjonalny czy obiektywny punkt widzenia”. Por. M. Jacyno, op. cit., s. 74.

²⁴ Ibidem, s. 11.

szawie: „Na aukcjach Polswiss Art i Desy Unicum, na których mile jest widziane bywanie – aktorzy i im podobni – licytują po 50 złotych i jest zabawa”. Rozmówca ów z sarkazmem traktował nieudolne naśladowanie najważniejszych światowych aukcji, które są wielkim wydarzeniem towarzyskim z udziałem przyciągających publiczność *celebrities*.

Jak widać, sama powierzchowność nie wystarczy, by zapewnić sukces rynkowy. Potrzebny jest jeszcze dostęp do dobrych obiektów artystycznych i udział kompetentnych, zasobnych licytujących. Można powiedzieć, że tylko wtedy owa powierzchowność – teatralna i wysoce perswazyjna ma sens, inaczej staje się własną parodią.

Bibliografia

Bourdieu P., Passeron J.-C., *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, PWN, Warszawa 1990.

Bourdieu P., *Rozum praktyczny. O teorii działania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.

<http://domaukcyjny.adam-s.pl> [dostęp: 29.05.2016].

http://www.agraart.pl/nowe/auction.php?off=92&curr=EUR&id_aukcji=253 [dostęp: 1.01.2012].

http://www.digart.pl/aktualnosci/10890/Wystawa_dziel_Amedeo_Modigliani.html#_VM5EfGiG9EE [dostęp: 1.02.2015].

Jacyno M., *Iluzje codzienności. O teorii socjologicznej Pierre'a Bourdieu*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 1997.

Katalog „Regulamin Charytatywnej Aukcji Sztuki na rzecz dzieci z autyzmem, realizowanej w dniu 29 listopada 2014 r. o godz. 16:00 w Centrum Kultury Zamek w Poznaniu”, Poznań 2014.

Katalog 81. Aukcji Antyków i Sztuki Współczesnej Domu Aukcyjnego Adam's w Poznaniu z 12 czerwca 2010 r.

Katalog „Old Masters and 19th Art.” z 14 listopada 2012 r., Christie's Amsterdam <http://www.christies.com/lotfinder/salebrowse.aspx?intSaleid=23513&viewType=listview&num=30&action=paging&pg=3> [dostęp: 2.05.2013].

Katalog V Charytatywnej Aukcji Sztuki w Centrum Kultury Zamek z 29 listopada 2014 r., <http://www.artinfo.pl/archiwum/pl/katalog-aukcji/katalog/v-charytatywna-aukcja-sztuki> [dostęp: 20.11.2014].

Klein U., *The Business of Art Unveiled: New York Art Dealers Speak Up*, Peter Lang, Frankfurt am Main – Berlin – Bern – New York – Paris – Wien 1994.

Szafrąński W., *Aukcje w poznańskim Arsenalu*, „Art&Business” 2008, nr 1-2.

Velthuis O., *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton University Press, Princeton 2005.

Żaglewska D., *Wpływ kapitału kulturowego na polski rynek antykwareczny*, napisana pod kierunkiem prof. dra hab. Grzegorza Dziamskiego, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Kulturoznawstwa Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w 2015 r. [niepubl.].