

КУЛЬТУРНЫЙ СЕКТОР И ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС

Анекдотов об эксцессах художественного мира – легион. Например. На художественной ярмарке даме-коллекционеру показали ранее неизвестную картину абстракциониста среднего уровня 1960-х гг. и сказали, что цена – до 100 тыс. долларов. «Хорошо, – сказала она дилеру, – я могла бы приобрести её... если бы была бедна».

Художественный рынок

Рынок современного искусства был ключевым в аукционном буме последних лет. Хотя этот феномен достиг апогея в нынешнем веке, его корни восходят к лучшей поре Энди Уорхола и поп-арта, когда художникам не нужно было быть пылкими романтиками или страдающими холостяками, чтобы получить статус авангардных. Поколением позже профессия «современный художник» была не более необычным выбором карьеры, чем, скажем, «сценарист». Галереи процветали, с коллекционерами носились, как с особами королевской крови. Художественные журналы стали такими толстыми и блестящими, как *Vogue*, музеи привлекали толпы завсегдатаев. Армия журналистов писала рекламные копии профессорских статей в форме эссе для каталогов и художественных журналов. Коммерческие произведения искусства были настолько же рискованными и подрывными, как всё, что когда-либо делали Ван Гог, Пикассо или Марсель Дюшан. Коммерческие галереи, продающие эту новую породу искусства – ассамбляж, концептуальное искусство, инсталляции с неясным смыслом, и прочее, – раздулись до размера больших складов. Большие выставки, проходящие каждые два года, наблюдаются не только в Венеции, Париже, Берлине и в Музее американского искусства Уитни (Нью-Йорк), но также в Сиднее и Южной Корее. Коллекционеры открывали собственные музеи (Чарльз Саачи – в Лондоне, Дональд и Мера Рубелл – в Майами), поскольку их быстро растущие коллекции современного искусства стали слишком большими, чтобы их представлять где-нибудь ещё, кроме нового музея.

Не то чтобы не было замечательных произведений искусства, сделанных во время – и благодаря – годам бума. Но современное искусство стало таким дорогим, что даже главный «плохой мальчик» арт-истеблишмента Дамиан Хёрст сказал, что, по его мнению, современное искусство стоит слишком дорого. Совсем «зеленые» художники – вчерашние студенты, выставляясь впервые в едва известной галерее, просили и получали 10–20 тыс. долл. за картину. Количество «современных художников» уже преклонного возраста, чья единственная работа, выставленная на аукцион, принесла не менее миллиона долларов, подошло к сотне [1].

Художественный рынок современного искусства рос до сентября 2008 года. Осенью 2008 г. в Нью-Йорке на торгах крупнейших аукционных домов цены на искусство резко упали. Финансовая солома, которая взбадривала современный арт-коктейль, теперь изъята. Поскольку цены были «перегретыми» в течение нескольких лет, многим наблюдателям казалось, что драматическое разрушение арт-рынка неизбежно. Некий «индикатор уверенности» художественного рынка Запада,

измеряемый компанией [«Art-Tactic LTD»](#), с мая 2008 г. по февраль 2009 г. упал с 56 единиц до 10. Одна из трех работ на каждом аукционе по итогам 2008 г. не была продана вовсе [1].

До известной степени ситуация напоминает 1990 год, когда богатые японские покупатели покинули аукционные дома из-за финансового кризиса на родине. Организаторы аукционов бессильны против падающих фондовых рынков и глобальной экономической нестабильности, не считая значительного безумия из-за выборов президента в Америке. Многие арт-инвесторы на фоне таких новостей предпочитают воздержаться от покупок. Большой процент лотов остается непроданным. Значительное количество лотов продано дешевле установленной оценки.



Тем не менее, некоторые коллекционеры были все же готовы раскошелиться на крупные суммы ради отдельных лотов. В конце двухнедельных продаж импрессионистов и современного искусства в ноябре 2008 г. аукционный дом «Сотби» вышел на первое место с 411,6 млн. долл., что гораздо меньше показателей весенних торгов (2008 г.) в 742,4 млн. долл. и осенних (2007 г.) в 749,8 млн. долларов. Ближайший конкурент – аукционный дом «Кристи» – за осень 2008 г. заработал 385,4 млн. долл., что составляет приблизительно половину от его же весенних показателей в 739,5 млн. долл., и гораздо плачевнее по сравнению с 937,5 млн. долл., которые были заработаны осенью 2007 года. Аукционный дом «Филипс де Пюри и компания» также имел унылый сезон. Участвуя только в продажах современного искусства, он выручил 17,2 млн. долл. – просто крохи от заработанных весной 70,9 млн. долларов. (Окончательные цены, приведенные здесь, включают комиссионные. В качестве комиссионных аукционный дом берет 25% из первых 50 тыс. долл. цены продажи, 20% из следующих 50 тыс. долл. – один млн. долл., и 12% от суммы, уплаченной свыше одного млн. долларов. Предварительная оценка лота не имеет значения для оплаты комиссионных) [2].



После неутешительных итогов осенних аукционов 2008 г. крупные аукционные дома имеют миллионные убытки из-за существования соглашений, гарантирующих владельцам произведений искусства определенные цены. Для того чтобы закрепить за собой право продажи, «Сотби» и «Кристи» давали им определенные гарантии продажи не ниже предварительной оценки. Причем эти гарантии аукционные дома должны выполнять, даже если лот не нашел покупателя. Расчет времени для выдачи подобных гарантий не мог быть хуже – они давались летом, когда жизнь на художественном рынке была ключом. К ноябрю глобальная экономика вошла в «штопор»,

множество потенциальных покупателей на художественном рынке вышли из игры, а некоторые продавцы – счастливые участники соглашений с аукционными домами – хорошо заработали, даже если их работы не нашли покупателей. Например, «Кристи»

попался в ловушку, раскошелившись на более чем пять млн. долл. за один из многочисленных портретов Мао Цзэдуна, сделанный Энди Уорхолом в 1973 году. Картина в итоге так и не была продана и осталась в собственности аукционного дома [5; 7].

В прессе появляются подробности о том, насколько серьезно аукционные дома пострадали из-за ценовых гарантий. Кредитный рейтинг «Сотби» понизился до нулевого состояния (по данным независимого рейтингового агентства «Standard & Poor's»). Аукционный дом с 265-летней историей объявил о потерях в 50 млн. долл. на последних аукционах, рыночная цена его акций упала на 84% за 18 месяцев. «Сотби» был также вынужден реструктуризировать свои долги по процентным ставкам, почти вдвое превосходящим предыдущие соглашения. Поскольку предполагается, что все должны знать финансовый жаргон, чтобы понимать смысл новостных сообщений, то не удивляет, например, доклад, в котором говорится, что «показатель финансового риска» у «Сотби», как ожидается, достигнет 5,0 к концу сентября (поднявшись с нынешнего 3,5). Это значит, что аукционный дом будет иметь в пять раз больше долга, чем остаточную стоимость счета по фьючерсным сделкам, если предположить его ликвидацию по текущей рыночной цене [3].

Вообще аукционным домам придется задуматься об изменении самой модели ведения бизнеса – она слишком дорогостоящая. Производство роскошных каталогов, проведение вечеринок (так наз. «предаукционные выставки») ради соблазнения потенциальных богатых покупателей в Москве или Дубаях... Если аукционные дома не откажутся от чрезмерной стоимости ведения бизнеса, их ждет участь автоиндустрии в Детройте. Президент ассоциации арт-дилеров Америки Роланд Августин склонен думать именно так: «Я вижу, – заявил он в интервью журналу *Art in America*, – огромные проблемы в корпоративной модели, осуществленной аукционными домами. Их агрессивный маркетинг привел к неожиданным результатам – инфляционные условия, которые они сами создали, бумерангом вернулись, чтобы преследовать их» [5].

Впрочем, не все согласны со столь мрачным прогнозом. Экономист из Йельского университета Уильям Гетцманн, специализирующийся на художественном рынке, полагает, что «аукционный рынок существует длительное время и, я думаю, будет приспособливаться к угрожающей рецессии. Как и в прошлые кризисы – Великую Депрессию и крупные войны – объем продаж упадет. Аукционные дома являются посредниками и делают деньги даже тогда, когда цены снижаются. Они просто не будут делать их так много» [5].



В свете нестабильного финансового климата президент и главный исполнительный директор «Сотби» Уильям Рупрехт объявил о «глобальной инициативе по снижению стоимости». Будут сокращаться гарантии владельцам и затраты на ведение бизнеса, уменьшатся габариты самой фирмы. Ему вторит президент, главный исполнительный директор «Кристи» Эдвард Долман: «Мы будем прекращать гарантии (продаж по определенной цене), кроме редких случаев с уникальными произведениями искусства. Более того, мы будем ниже оценивать произведения искусства <...>. Поскольку кредитные рынки тают, мы будем пересматривать и обновлять кредитные возможности отдельных клиентов» [5]. Следуя примеру аукционных домов, художественные галереи (даже такие авторитетные, как

«White Cube» и «Lisson») урезают количество персонала, в основном, ассистентов и технических работников, но не объявляют о банкротстве. Тем не менее, ни дня не проходит без ещё одного слуха об учреждении, находящимся на грани ликвидации.

До сих пор, однако, рынок современного искусства не выглядит обвалившимся, чего опасались некоторые его участники. Цены на этом рынке подвергаются коррекции, но коллекционеры чувствуют, что лучше иметь свои деньги в «голубых фишках» – произведениях искусства, чем в банках типа «Lehman Brothers» или в инвестиционном фонде (как «Bernie Madoff's»). Оценивая состояние художественного рынка в течение последних месяцев, владелец «Lisson» Николас Логсдейл считает, что «он более крепкий, как это ни странно, потому что им более не владеют стадные инстинкты и спекулятивные деньги» [3]. Такого рода изменения являются хорошей новостью, полагает Роланд Августин. Некоторые коллекционеры и музеи раньше были, по существу, выброшены с рынка из-за «перегретых» цен на искусство. «Люди, которые остаются в игре, – считает он, – ценят искусство не только за его рыночную стоимость» [5].



«Рецессия является губельной для рынка современного искусства. Она может оказаться благом для искусства», – вот основные, на первый взгляд, противоположные, оценки состояния художественного рынка после начала финансового кризиса. Осенью 2008 г. галереи хотя бы интересовались мнениями и дискуссиями специалистов о работах, которые они

демонстрируют. Потому что раньше они просто игнорировали тех, кто не размахивал в стенах галерей своей чековой книжкой.

Возникает искушение прийти к выводу, что запоздалое экономическое вытеснение спекулянтов с рынка вернет современный художественный мир к здравомыслию. Качество произведений искусства, может быть, в тяжелых условиях выживания улучшится. В галереях не будут выставляться подражательные, переоцененные работы. Часть критиков надеется на реальные этические перестройки в художественном мире. Это, конечно, совершенно идеалистическая надежда. Впрочем, именно идеализм, а не жадность и снобизм, всегда были силой, стоящей за созданием настоящих произведений искусства. Не исключено, однако, что и некоторые хорошие художники и галереи выйдут из бизнеса [1].

По мнению Кевина Чина, главного исполнительного директора филиала «Сотби» в Азии, не существует прямой корреляции между финансовым рынком и художественным. К примеру, указывает он, в дни коллапса «Lehman Brothers» в Лондоне удачно прошел аукцион работ Дамиана Хёрста. Налицо проблема с некоторыми из аукционов, происходящая из-за чрезмерно амбициозных собственников. «Когда мы имеем продавцов, которые настойчиво хотят оценки выставленного на торги лота выше того, что может принять рынок, – поясняет Чин, – они должны быть готовы к возможным последствиям». Именно это случилось на октябрьском 2008 г. аукционе современного азиатского искусства в Гонконге, проводимого «Сотби». Из 47 работ, которые пошли с молотка, более 40% остались непроданными. Более того, весь доход от аукциона, включая комиссионные, составил жалкие 15 млн. долларов. Осталась непроданной работа известного и хорошо продаваемого ранее индийского художника

Субодха Гупты, имевшая оценочную стоимость 1,55 – 2,05 млн. долларов. Не нашел покупателя, готового выложить минимум 1,55 млн. долл., триптих китайского художника Лю Вэйя. Такой итог был сюрпризом для «Сотби». Даже две работы «раскаленного до белого каления» пекинца Чжан Сяогана, чьи работы обычно приносили миллионы долларов сверх предварительных оценок, остались непроданными. Впрочем, одну картину под названием «Родословная: Большая семья №1» ему все же удалось продать за 2,97 млн. долл. – ниже, чем ожидалось. Два других хорошо продаваемых китайца – Юэ Миньюнь и Цзэн Фаньчжи нашли покупателей для своих работ, но в пределах предварительной оценки.

Многие дилеры, занимающиеся азиатским искусством, не согласны с мнением Кевина Чина. Они уверены в отрицательном влиянии на китайский и индийский рынок событий на Уолл-стрите. В Китае и Индии бурно развивающаяся последние четыре года экономика и оживленный фондовый рынок способствовали взлету цен на искусство на 30–60%. Недавно разбогатевшие банкиры с их солидными бонусами помогали вздуть цены на работы местных художников. Частные банки даже предлагали помощь клиентам в создании портфолио художественных работ из галерей, с аукционов – за комиссионное вознаграждение. В настоящее время большинство банкиров, бывших завсегдатаями художественных выставок и аукционов, перестали их посещать. Крупный индийский бизнесмен и коллекционер Харш Гоенка утверждает, что последние несколько лет примерно 60–70% продаж искусства на аукционах и выставках в Индии пошли к новому поколению арт-инвесторов, а не к знатокам искусства: «Они смотрят на искусство как на бренд и делают деньги на торговле им». Когда разразился финансовый кризис, художники и арт-дилеры звонили ему, предлагая свои картины со скидкой в 30–40%.



Ньюман Масриади I: Бэтмен и Супермен

На том же октябрьском 2008 года аукционе «Сотби» хорошо продавались работы индонезийских, вьетнамских и филиппинских художников. Правда, цены на их картины были гораздо более скромные, чем на произведения художников из Китая и Индии. Например, индонезийский художник Ньюман Масриади I установил персональный рекорд – его полотно, изображающее Бэтмена и Супермена, сидящих на смежных унитазах, было продано за 620 тыс. долларов. Другая его картина с изображением боксерского поединка принесла 833 тыс. долларов. Работа

многообещающего филиппинского художника Джеральдина Хавьера продана за 32 тыс. долл., что более чем в три раза выше предварительной оценки. Портрет женщины с ребенком вьетнамского художника Май Чунг Тху также был продан в три раза дороже – за 23 тыс. долларов [4].

Финансирование учреждений культуры

В течение нескольких десятилетий существуют две основные модели финансирования культуры – американская и европейская. Американская система поддержки базируется на традиции филантропии – частной финансовой поддержке со стороны компаний и частных доноров. Европейская модель строится на принципе государственной ответственности за субсидирование культуры. Последние годы в таких странах, как Австрия, Германия, Италия субсидии в реальном выражении уменьшались, а учреждения культуры свыкались с мыслью о том, чтобы ходатайствовать о корпоративных и частных пожертвованиях. Всё это свидетельствовало о том, что Европа движется в сторону американской модели финансирования культуры.

В период финансового кризиса частные доноры становятся редкостью и менее щедрыми. Президент вашингтонского Кеннеди-центра и известный кризисный менеджер Мишель Кайзер (в числе заслуг которого – спасение от банкротства лондонской Королевской оперы) заявил в интервью газете *Baltimore Sun* 23 ноября 2008 г.: «Никто не знает, когда это закончится. Я никогда раньше не видел, чтобы уровень пожертвований и субсидий падал так быстро» [цит. по: 6].

В США кризис уже разрушил одну оперную компанию (в Балтиморе), а другие учреждения вынуждены откладывать запланированные премьеры (например, Вашингтонская национальная опера – роскошную постановку «Кольца Нибелунга» Вагнера.) Таким образом, американская модель рушится, все больше менеджеров культуры требуют государственных инвестиций. В статье, опубликованной в газете «Вашингтон пост» 29 декабря 2008 г. Мишель Кайзер просил немедленной государственной финансовой инъекции для учреждений культуры. Он также молил об изменениях в законодательстве и больших налоговых льготах для меценатов. В США индустрия культуры обеспечивает 5,7 млн. рабочих мест и имеет ежегодный оборот в 166 млрд. долларов. Поскольку сеть культурных организаций очень фрагментарна, об их банкротстве не пишут все газеты, как, например, о крахе большого автомобильного завода. Если государство заботится о спасении автомобилей, считает Кайзер, то оно должно заботиться и о своих культурных богатствах [6].

Показательной является ситуация в Музее современного искусства Лос-Анджелеса. До недавнего времени музей предлагал выставки «мирового класса», занимая два здания в деловой части города. При недавно ушедшем в отставку директоре Джереми Стрике музей растратил свой основной капитал, полученный в свое время в результате крупного пожертвования, и в настоящее время находится на краю банкротства. Щедрый миллиардер Эли Броуд готов выделить 30 млн. долл. на спасение данного учреждения, но музей – таково условие – должен приплюсовать деньги мецената к собственным усилиям по поиску дополнительных пожертвований. Музей также обязуется проводить больше дешевых выставок, «способствующих размышлению и созерцанию», из собственных коллекций. Это будет означать меньше импортируемых феерических зрелищ, попадающих в хронику «шокирующих новостей». В целом, музеи современного искусства США сообщают о резком спаде пожертвований на 30–40%, причем основная масса здесь приходится на долю богатейших покровителей [1].

В Европе ситуация похожая, но с той разницей, что приоритет, отданный финансированию культуры, является результатом политических решений отдельных правительств. Как и в США, кошмар, который преследует менеджеров культуры, – это

сокращение маркетинговых затрат части компаний, которые являются спонсорами культуры. Всё это имеет прямое отношение и к творческим работникам.

Первое, что можно предвидеть как следствие, – будет меньше вечеринок и прочих общественных событий, где артисты могли бы хорошо заработать (ведь уровень оплаты в оркестрах и проч. ниже среднего). Сократятся и общие суммы, отводимые на спонсирование тех культурных событий, которые все же будут иметь место. Фирмы будут по-настоящему экономить (затраты на промоушн и маркетинг – это всегда первое, что урезается в расходах предприятия, прежде чем приходится сокращать рабочих или служащих). Кроме того, финансовый кризис предоставит фирмам хороший предлог – вычеркнуть в графе расходов то, что многие менеджеры считают «лишними расходами», использовать эти сбережения для улучшения работы фирмы, увеличения прибылей.

Многие фирмы в Европе все еще занимаются спонсорством. Не только потому, что философия любой компании заключается в том, чтобы широко рекламировать доброе имя своей торговой марки через социально ответственные акции (на профессиональном жаргоне это называется «корпоративная социальная ответственность»), а просто потому, что «другие это делают». Пример аналогичной мотивации: некто устраивает бассейн в своем саду просто потому, что «у соседа он есть». В данный момент то, что другие фирмы находятся в кризисе и урезают спонсорские расходы, может сработать против расходов на культуру: фирма может вычеркнуть эти расходы из своего бюджета без тени смущения, даже не испытывая финансовых трудностей. Поскольку никто не упрекнет её «в тяжелое время» за отсутствие социальной ответственности.

Парадоксально, но удар придется, прежде всего, по той части культурного сектора, который дает прибыль. Как и спортивный сектор, он сильно зависит от потребительских приоритетов – сколько денег люди готовы потратить на товары, которые не являются существенными для выживания. В 2009 г. станет ясно, какие отдельные культурные события являются просто несущественным развлечением, а какие – реальной потребностью, на которую всегда будет пожертвована часть семейного бюджета. Предположительно, существенная часть культурных событий испытает падение по продажам билетов [6].

Список литературы

1. *Plagens P.* Brother, Can You Spare a Painting? // *Newsweek*. – 2009. – Vol. 153. – Iss. 9. – P. 56–58.
2. *David Ebony.* Fall auctions: what goes up... // *Art in America*. – 2009. – Jan. – P. 25.
3. *Number Crunching* // *Art monthly*. – 2009. – March. – P. 14.
4. *Balfour F.* Pop goes the Bubble in Chinese & Indian Art // *Business Week Online*. – 2008. – 10/07. – P. 17.
5. *Brook S. Mason.* After Losses, Auction Houses Rethink Guarantees // *Art in America*. – 2009. – Jan. – P. 28.
6. *Vavra J.* How will the financial crisis affect the arts in the Czech Republic? // *Czech Music*. – 2009. – Iss. 1. – P. 23–25.
7. <http://www.artinconnection.com/tt/222>

А.А. Галеева

Источник: *Культура в современном мире*. — 2010. — № 1. — [Электронный ресурс].

— Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>