

Участники современного художественного рынка: стратегии продвижения в Интернете

Научный руководитель – Липатова Мария Евгеньевна

Пейль Вероника Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: veronika_peil@yahoo.com

Рынок искусства - категория, вошедшая в научный оборот в середине XIX века со становлением рыночной экономики. Этот поворотный момент сместил до-рыночную систему, в которой между художником и потребителем не было посредников, на рыночную, где вступили в силу свободные отношения купли-продажи через посредников[1].

В самом общем смысле, рынок искусства - это пространство, в котором происходит обмен денег на произведения искусства, работы художников, перформансы, идеи. Здесь творец трансформируется в производителя, произведение искусства, не обязательно материального характера, в предмет торговли, а зритель в покупателя. Специфика искусства как товара делает этот вид рынка особой структурой, в которой законы спроса, предложения и ценообразования работают иначе [1].

На современном художественном рынке производитель - художник или творец - является *активным участником* этого пространства. Он занимается продвижением своей работы, взаимодействует с куратором, представителями галерей и музеев. Чем больше институционализируется рынок, тем увереннее художник выступает как его полноправный актер.

Тем не менее, на современном российском художественном рынке существует разрыв между стартовыми возможностями и дальнейшим продвижением новых акторов [1,2]. Выпускников художественных ВУЗов, школ, академий арт-диллеры приглашают на различные выставки, предлагают пиар и продвижение. Несколько раз в месяц в стенах университетов и академий культуры и искусства проводятся ярмарки, на которых студенты могут выставить на продажу свои работы. Более того, существует такое мероприятие, как “просмотр”, когда преподаватели и эксперты оценивают художественные произведения. Такие события значительно увеличиваются шансы познакомиться с куратором или арт-диллером. Это свидетельствует о том, что у людей, которые целенаправленно шли в соответствующие учебные заведения, есть доступ к каналам мобильности художественного рынка [3,4,5].

В случае с людьми, которые пытаются попасть на поле художественного рынка извне самостоятельно - не имеют специализированного образования и стремятся монетизировать творчество - стратегии продвижения не являются столь очевидными. Для этих новых участников отсутствие связей и знакомых агентов внутри поля художественного рынка является труднопреодолимой преградой. Наиболее выигрышной стратегией для новых участников художественного рынка является продвижение и раскрутка в Интернете [6,7,8,9].

Был проведен контент-анализ торговых онлайн-площадок, сайтов художественных ВУЗов и Академий, социальных сетей. Вследствие этого исследования были установлены основные условия и стратегии продвижения в Интернете.

Источники и литература

- 1) Арутюнова А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015.
- 2) Грав И. Высокая цена. Искусство между рынком и культурой знаменитости / И. Грав — М.: Ад Маргинем Пресс, 2008.
- 3) Строгановская ярмарка [Электронный ресурс] URL: www.mghpu.ru/fotoreportazhi/stroganovskaya-yarmarka (дата обращения 25.02.2018)
- 4) Выставки Санкт-Петербургского государственного академического института живописи, скульптуры и архитектуры им. И.Е. Репина [Электронный ресурс] URL: www.artsacademy.ru/vystavki/ (дата обращения 25.02.2018)
- 5) Выставки академии А.Л.Штигица [Электронный ресурс] URL: www.ghpa.ru/museum-expo/plan-vystavok-v-2016-godu (дата обращения 25.02.2018)
- 6) Московский государственный академический художественный институт имени В. И. Сурикова при Российской академии художеств [Электронный ресурс] URL: www.surikov-vuz.com/events/vystavki/#menu (дата обращения 25.02.2018)
- 7) Интернет-проект, посвященный рынку русского искусства [Электронный ресурс] URL: www.artinvestment.ru (дата обращения 25.02.2018)
- 8) Интернет магазин картин и произведений современного искусства [Электронный ресурс] URL: www.artnow.ru (дата обращения 25.02.2018)
- 9) Аукционный дом «СОВКОМ» [Электронный ресурс] URL: www.sovcom.ru/prodat/ (дата обращения 25.02.2018)