

УДК 008

***АРТ-РЫНОК В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ***

Ветошкина Ю. В.

кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии и социально-гуманитарных технологий

*Пермский государственный национальный исследовательский университет
Россия, г. Пермь*

Аннотация. В статье рассматриваются разные подходы к определению понятия арт-рынок. Выявляется наиболее емкое и функциональное определение рынка искусств с авторской точки зрения. Анализируется процесс становления арт-рыночных отношений в России и причины кризисного состояния рынка искусств на данный момент. Делается попытка увидеть возможные пути развития отечественного рынка искусств на современном этапе через развитие интернет-галерей и других сетевых площадок в сфере продажи произведений искусства.

Ключевые слова: арт-рынок, интернет-галерея, арт-дилер, критик, куратор.

***THE ART MARKET IN RUSSIA: CURRENT STATE AND PROSPECTS
OF DEVELOPMENT***

Vetoshkina Y. V.

*PhD in Culturology, Associate Professor of Culturology and Socio-Humanitarian
Technologies Department*

Perm State University

Perm, Russian Federation

Abstract. The article discusses the different approaches to the definition of the concept of the art market. It identifies the most capacious and functional definition of the art market with the author's point of view. The article analyzes the process of formation of art market relations in Russia and the causes of the crisis state of the art market at the moment. An attempt is made to see the possible ways of development of the domestic art market at the present stage through the development of Internet galleries and other network sites in the sale of works of art.

Keywords: art market, Internet gallery, art dealer, critic, curator.

Понятие «арт-рынок» относительно молодое в сравнении с синонимичным ему «рынком искусств», существующим на протяжении столетий. Описаний арт-рынка достаточно много, а вот дефиниций гораздо меньше. Среди попыток определить суть этого явления следующие: «Рынок искусства самая расплывчатая отрасль капиталистического общества. Здесь сталкиваются неистощимые творческие силы и ненасытное потребление, долгие циклы развития искусства и короткие фазы его продажи. Ни на каком другом рынке не правит столь основательная неопределённость относительно ценности продаваемого товара» [4, с. 7]. С этим мнением солидарен Дональд Томпсон, который заметил, что «Рынок искусства – самый большой нерегулируемый финансовый рынок в мире [6, с. 93]. «Арт-рынок – одна из ипостасей того нового общества потребления, в котором мы живем. Речь идет о явлении постмодернистской эпохи» [3, с. 19], - так определяет арт-рынок французская исследовательница Жюдит Бенаму-Юэ. Она выделяет основные характеристики рынка, главные из которых: «Глобализация своей деятельности; потребление, не связанное с истинной природой потребляемого продукта; произвольно назначаемые огромные суммы, за которые удается купить или продать произведение искусства» [2, с. 19]. Российский

исследователь И. Гольман определяет арт-рынок как «бизнес среду, в которой предложение превышает спрос» [3].

Достаточно емкое, но при этом функциональное определение арт-рынку дает Наталья Деген, его цитирует в своей монографии российская исследовательница рынка искусства Анна Арутюнова: «Арт-рынок – это сеть взаимосвязанных действующих субъектов и институций, которые создают, вводят в обращение и потребляют искусство» [1, с. 8]. Это определение вмещает в себя разные интерпретации, выводя рынок в поле междисциплинарности.

Западный арт-рынок сложился к середине XIX века, связано это с возникновением и институционализацией рыночных отношений, переходом к системе не обмена или дара произведения искусства, а к свободному рыночному акту купли-продажи. Таким образом западный арт рынок существует около двух веков.

Художественная жизнь в России достигает пика своего расцвета в конце XIX - начале XX века. По сути, российский и западный рынки искусств стартуют в своем развитии одновременно. Постепенно русское искусство завоевывает запад, его узнают, принимают: возникает интерес у европейских коллекционеров, меценатов, ценителей искусства. Это заслуга не только русских художников, но и во многом профессионалов в области продвижения искусства, выступавших посредниками между художниками и социумом.

Приостановление развития рынка искусств в российской действительности связано с революцией в 1917 году и сменой власти. Рыночные отношения не соответствуют политическому режиму, который выстраивается новой властью. Рынок «замораживается» и прекращает свое развитие.

Процесс становления рынка искусство возобновляется лишь в 90 - е гг XX века. Художники обретают институциональную свободу, государство

более не контролирует сферу искусства, деятельность коллекционеров, меценатов, арт-критиков становится легитимной.

Российский арт-рынок на данный момент существует около тридцати лет, но специалисты до сих пор говорят о его неразвитом состоянии. Причин такой несостоятельности несколько. Прежде всего - незаинтересованность в процессе развития такого рынка государственными структурами. Опыт многих стран демонстрирует поддержку коллекционеров и меценатов в области искусства прежде всего органами государственной власти. Например, в США меценатство и спонсорство в области инвестиций в искусство поощряется налоговой системой. У компаний появляется вполне очевидный стимул для поддержки творческих институций. Другие причины неразвитости и отставания российского арт-рынка от общемирового связано с отсутствием профильных СМИ, занимающихся темой рынка искусств, а также слабо выстроенная правовая система. Существенное влияние на отставании в развитии рыночных механизмов оказывает малое количество наиболее важных фигур, организующим арт-пространство – арт-дилеров, арт-критиков, кураторов и покупателей. Арт-дилер призван осуществлять в поле арт-бизнеса сразу несколько важных функций: информационную, посредническую, влиять на ценообразование и стимулировать сбыт товара. В нашем случае произведений искусства. Именно благодаря арт-дилерам заключаются сделки между двумя сторонами: художником (или иным владельцем произведения) и покупателем. Арт-дилер – это сложный менеджерский тип, требующий умения работать на пересечении сразу нескольких областей знаний – экономики, маркетинга, психологии и собственно искусства.

Арт-критик и куратор – это специалисты, которые обеспечивают своей деятельностью важную функцию арт-рынка – информационную,

так как рынок не может существовать вне информационного пространства. Более того, и куратор, и критик являются производителями «нематериальных вещей: идей, знаний, методологий...» [5], из чего в конечном счете вырастает не экономический, а символический капитал арт-рынка. На современном этапе арт-критик и куратор находятся в разном положении. Художественная критика, по оценкам многих специалистов, переживает кризисный момент, кураторство, напротив, находится на этапе расцвета (Западная Европа) и возможного становления (Россия).

Покупатель (коллекционер) являет собой другую сторону рыночного процесса, так называемый «рынок потребителей». Как пишет арт-дилер П. Ройзман, «потребителями искусства априори являются не более 5 % всех совокупных потребителей» [7]. При этом процент тех, кто искусство покупает, ещё меньше. Потребитель произведений искусства – это, как правило, представители среднего и высшего классов, элиты, имеющей свою давнюю историю и традиции на Западе, и «молодого» класса современной России, чьи покупательские ценности, нормы и эстетический вкус находятся в процессе становления.

Общим вектором в развитии как европейского, так и российского арт-рынков стала тотальная цифровизация. Она проявляется в изменении характера потребления произведений искусства - появлении виртуальных аукционов, интернет-галерей, арт-пространств, осуществляющих куплю-продажу.

Преимуществом виртуальных институций перед оффлайновыми является существенное убыстрение процесса продвижения товара от продавца до покупателя, освобождение покупателя от физического присутствия на площадке.

Первым российским экспериментатором с «онлайновыми» продажами искусства стал галерист и предприниматель Марат Гельман в 90 годы XX века. В начале возникла реальная галерея, а затем в 1996 году интернет-версия этой же галереи, продававшей современное искусство. Просуществовала такая площадка в интернет-пространстве не долго, но прецедент был создан. К идее продажи искусства «по сети» в России вернулись в 2013 году. Сергей Гридчин и Ольга Лопарева запустили портал «Artlet.com». Портал стал новой точкой отсчета – на отечественном арт-рынке стали возникать интернет-платформы, которые занимаются покупкой и продажей искусства.

Думается, что «он-лайн» галереи по продаже произведений искусства и все производные от них институции, существующие в сети, это главный тренд, задающий изменения в области арт-рынка. Такие институции не только стремятся найти потенциальных покупателей и продать им произведения искусства, но и ставят своей задачей просвещение, прививают и воспитывают вкус. Это важно поскольку покупка в данной области неизменно сопряжена с определенной системой ценностей, которая должна формироваться по мере изучения человеком художественного мира.

Наиболее интересны в этом процессе энтузиасты малого бизнеса, недавно начавшие развивать свои стартапы. В 2014 году появился сайт «OilyOil». Это онлайн-галерея с работами молодых художников и достаточно невысокими ценами. Сайт работает в двух направлениях: с художниками – оказывая им информационную поддержку, помогая найти покупателей, и с покупателями – оказывая консультации и способствуя совершению покупки. Екатерина Палаженцева, основательница сайта, сделала ставку на понятные потребителю форматы - живопись и графику, и жанры – от «ню» до натюрморта. По мнению организаторов ресурса, основная проблема «застоя» арт-рынка - у потребителя не возникает необходимости приобретать произведения искусства, поэтому очень значимым оказывается опыт первой

покупки, важно разрушить барьер между потенциальным покупателем и художественным рынком.

В 2015 году возникла интернет-галерея «Проблемы белых стен». Автором и идейным вдохновителем которой стала Мария Ковалевская. Галерея выпускает коллекции тиражной графики современных художников, продает авторские принты музейного качества художников из России, США, Германии. Позиция галереи такова, что нужно развивать демократичное коллекционирование, ориентированное на более широкий сегмент общества.

Схожим ресурсом является «Sample-art.com», организованный Анной Наумовой и Софьей Симаковой в 2016 году. Это галерея-аукцион. Особенностью данного ресурса является то, что они работают не только с частными лицами, но и с организациями, заинтересованными в новых дизайнерских решениях. Ценовая политика «Sample-art.com» также весьма демократична.

Все три представленные площадки объединяет то, что они грамотно оформлены, просты в навигации. Примечательно, что «Sample» и «OilyOil» были организованы за короткое время небольшим штатом сотрудников и оказались весьма успешны.

Одна из серьезных проблем как виртуального, так и реального отечественного арт-рынка – это отсутствие социокультурной практики приобретения произведений искусства. Безусловно это объясняется низкими материальными возможностями потенциальных покупателей, но в большей степени связано с отсутствием культурной традиции. Желание совершить покупку не сформировалось, потому что не было встроено в наш культурный код. Сложившаяся ситуация разрешима – современные виртуальные площадки, продвигающие искусство, делают рынок «прозрачным», снимают напряжение у неискушенных покупателей, приучают к новым практикам арт-рынка.

Думается, что именно виртуализация деятельности в области арт-бизнеса позволит российскому арт-рынку стабильно догонять, а не стабильно отставать от рынка искусств мировых держав.

Библиографический список:

1. Аругтюнова А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2015. - 232 с.
2. Бенаму-Юэ Ж. Цена искусства. М: Artmedia Group, 2008. - 101 с.
3. Гольман И. А. Российский арт-рынок современного искусства с точки зрения маркетолога // Знание. Понимание. Умение. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-art-rynok-sovremennogo-iskusstva-s-tochki-zreniya-marketologa> (дата обращения: 30.03.2019).
4. Досси П. Продано! Искусство и деньги. Спб.: Лимбус Пресс, ООО «Издательство К. Тублина», 2011, 288 с.
5. Пыркина Д., Кикодзе Е., Паршиков А. Куратор между культуриндустрией и креативным классом // Худож. журн. 2009. №73–74. URL: http://xz.gif.ru/numbers/73-74/r-t/view_print/ (дата обращения: 30.03.2019).
6. Томпсон Д. Супермодель и фанерный ящик. Шокирующие истории и причудливая экономика современного искусства. М.: Центрполиграф, 2015. – 350 с.
7. Ройзман П. Экономика искусства: без иллюзий. URL: <https://www.facebook.com/groups/realart8/permalink/971841032834024/> (дата обращения: 30.03.2019).

Оригинальность 90%