

Фесик Яна Александровна

магистрант

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

г. Челябинск, Челябинская область

АРТ-РЫНОК. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ

Аннотация: в данной статье рассмотрено понятие «арт-рынок». Описав взаимодействующие силы на рынке искусства, автор может сказать о том, что он не представляет собой единой схемы, это действительно сеть с множеством разветвленных институций и субъектов, участвующих в рыночных отношениях.

Ключевые слова: арт-рынок, художник, арт-дилер, покупатель, искусство.

Проблема определения арт-рынка и полного описания его функций стоит перед отечественными исследователями уже давно. Вокруг арт-рынка витает множество историй о спекуляциях, искусственном завышении цен, рекордных стоимостях на предметы искусства, что осложняет работу с понятием, способствует дискуссиям. Арт-рынок, являясь частью мировой системы искусства, реализует в себе не только экономические, но и целый ряд других функций, что размывает его границы. Участниками арт-рынка являются не только художники, арт-дилеры и покупатели, но и целая совокупность институций, регулирующих рынок, способствующих росту цен, развивающих художников, привлекающих искусство. Оказывается, что участником рыночных отношений в сфере искусства может быть не только художник, посредник и коллекционер, но и целый ряд других игроков, да и функции трех перечисленных субъектов рынка не ограничиваются созданием и покупкой искусства. Отношения внутри этого сложного института работы с искусством крайне сложны и зачастую не столь очевидны. Роли, описанные выше, часто смешиваются, а функции только лишь создателя, продавца и покупателя не совсем верны, в том числе из-за многозначности и особости самого продукта, который в рыночных отношениях участвует.

Арт-дилер занимается не только прямыми продажами, он работает с художником как куратор, создавая и продумывая выставки, он консультирует художника в вопросах выбора и проработки концепции и художественного языка, создает программу выставок и взаимодействий, занимается продвижением автора в СМИ, среди коллекционеров и в арт-сообществе, сотрудничает с институциями в сфере искусства: музеями, ярмарками, фестивалями, аукционами, то есть является личным агентом художника. Весь спектр работы арт-дилера еле уловим. Художник и сам может выступать арт-дилером, яркий тому пример Дэмиен Хёрст, английский художник, один из представителей группировки Young British Artist, который сам продвинул себя на арт-сцене, используя кураторские, арт-дилерские и менеджерские методы для самопродвижения и добился признания без посредников.

Следующая роль, о которой необходимо сказать отдельно, это коллекционер, покупатель искусства. Им может выступать как частное лицо, так и институция, например, музей или галерея. Но музей занимается закупкой коллекции с целью ее дальнейшего экспонирования и пополнения фондов. Галерея же может как создавать собственную коллекцию из художников, с которыми она работает (здесь можно провести параллель с покупкой акций сотрудниками компании), так и заниматься дальнейшей продажей, выставочной деятельностью и продвижением художника.

Частное лицо, как и музей не заинтересованы в продаже работ, они выступают окончательными владельцами, зачастую. Поэтому повторный выход на рынок произведений, особенно из музейных коллекций крайне маловероятен. Но бывают случаи, когда в результате раздела имущества, развода, банкротства, смерти и дележа наследства или по собственному желанию владельца (часто не самому благоприятному для ценности работы) работа попадает на аукцион или в галерею, то есть вновь вступает в рыночные отношения. Хотя с покупкой они, конечно, не заканчиваются, ведь цена на произведение меняется, движется и статус художника, коллекционера, институций, с которыми он взаимодействовал и многие другие факторы вступают в силу.

Наконец, приступим к описанию третьей из основных ролей важных участников рынка искусства, художнику. Автор работы, подписывая договор с галереей, не просто отдает свои работы на продажу, а еще и начинает выполнять ряд условий, оговоренных в этом договоре. Художник сообщает галерее о своих новых работах, о некоммерческих выставках, в которых желает участвовать, консультируется с галеристами в концептуальных вопросах, в вопросах ценообразования, участия в выставках и проектах. Галерея выполняет буферизацию сведений о художнике, занимается публикацией его работ, освещением выставок, созданием этих самых выставок, находит спонсоров для издания каталогов и сопровождающих текстов, регулирует правовые аспекты деятельности художника с институциями. Другими словами, художник, вступая в лоно галереи, получает гарантию качества, всестороннюю поддержку со стороны профессионалов и пул коллекционеров, которые с этой галереей сотрудничают. Галерея же получает свой дилерский процент с продажи работ и нового художника со своим провенансом, резюме и совокупностью произведений. Взаимовыгодное сотрудничество в этой связи сулит удачу и успех при правильной расстановке приоритетов и сил.

Рассмотрев основные роли участников арт-рынка, нам представляется возможным дать определение арт-рынку через описание его функций и субъектов. Самая простая схема функционирования арт-рынка заключается в продвижении галереей художника на рынке искусства и последующая продажа произведения искусства. Таким образом, арт-рынок – это институт, предметом продажи которого является произведение искусства, созданное художником, а также совокупность инструментов по продвижению художника в арт-среде и создание и поддержание стоимости его работ.

Также мы можем обратиться к определению Наташи Деген, исследователя и преподавателя нью-йоркского отделения Института Sotheby's: «Сеть взаимосвязанных действующих субъектов и институций, которые создают, вводят в обращение и потребляют искусство» [1, с. 8].

Таким образом, описав взаимодействующие силы на рынке искусства, мы можем сказать о том, что он не представляет собой единой схемы, это действительно сеть с множеством разветвленных институций и субъектов, участвующих в рыночных отношениях.

Список литературы

1. Арутюнова А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента: Высшая школа экономики. – М., 2015.