



*Социологические науки*

**УДК 304.4**

**Д.О. Пономаренко**

**Пономаренко Дарья Олеговна**, студентка 4 курса группы АРТБ/бак-18 факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: d.ponomarenko96@mail.ru

Научный руководитель: **Морозов Сергей Александрович**, доктор философских наук, профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: morozovsakras@yandex.ru

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАЛЕРЕЙНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

В данной статье рассматривается развитие галерейного бизнеса в России как перспективного вида предпринимательской деятельности. Были выявлены предпосылки формирования современной структуры галерейного дела на основе зарубежной практики и истории развития данного вида туризма в постсоветском пространстве. Определены основные положения галерейного бизнеса, существующие в современном мире, а также определены перспективы развития и популяризации отечественного галерейного дела.

**Ключевые слова:** галерейный бизнес, арт-бизнес, арт-галерея, перспективы развития, галерея современного искусства, культура, искусство.

**D.O. Ponomarenko**

**Ponomarenko Dariya Olegovna**, 4th course student of ADB-18 group of the

Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: d.ponomarenko96@mail.ru

Research supervisor: **Morozov Sergey Aleksandrovich**, doctor of philosophy, professor of department of art business and advertising of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: morozovsakras@yandex.ru

## **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE GALLERY BUSINESS IN RUSSIA**

This article discusses the development of the gallery business in Russia as a promising type of entrepreneurial activity. The prerequisites for the formation of the modern structure of the gallery business on the basis of foreign practice and the history of the development of this type of tourism in the post-Soviet space were identified. The main provisions of the gallery business existing in the modern world are determined, as well as the prospects for the development and popularization of the domestic gallery business are determined.

**Key words:** gallery business, art business, art gallery, development prospects, gallery of contemporary art, culture, art.

Проблема организации галерейного бизнеса в малых регионах России достаточно актуальна, поскольку для отечественных предпринимателей открытие галереи современного искусства в стране считается довольно-таки новым явлением. Однако многие эксперты выделяют галерейный бизнес как перспективный вид предпринимательской деятельности в стране, так как на основе зарубежной практики наблюдается высокий уровень доходов в данной сфере бизнеса. Важно понимать, что для ведения успешного галерейного бизнеса необходимо сформировать четкую систему организации: обладать знаниями в сфере культуры и искусства, понимать

схемы и механизмы продаж произведений искусства, анализировать современные бизнес-процессы и быстро подстраиваться под изменяющиеся экономические условия.

Развитие галерейного дела в России началось с XVII века и имело закрытый статус, доступный лишь «элите» тех времен. Первым меценатом принято считать Петра Первого, который после многочисленных путешествий по Европе внедрил формат художественных выставок в культурную жизнь России. Однако уже в XX веке галерейное дело приобрело массовость, открытость, несло образовательный характер, было нацелено на идеалы создания нового государства [2, с. 63]. Этому способствовали большие изменения в области культуры и искусства, происходившие из-за перестройки 90-х гг. Стали появляться и развиваться новые художественные учреждения, галереи, где выставлялись произведения многих отечественных художников, привнесшие огромный вклад в развитие сферы галерейного бизнеса на отечественном постсоветском пространстве [1, с. 37]. Галерейный бизнес в начале 2000-х годов приобрел современный вид, в котором существует в настоящее время.

Из-за особенностей формирования и развития галерейное дело в России приобрело особую черту: репутация галереи напрямую зависит от социального статуса галериста, в том время как за границей место галереи формируется на протяжении долгих лет, кропотливой работы в определенной области искусства. Такое неоднозначное видение галереи как объекта, на которое влияет только человек, может объясняться тем, что в стране галерея может существовать не только из-за профессиональной работы всех субъектов ее деятельности, но и за счет социального положения и репутации непосредственно самого владельца галереи [6].

Современная художественная галерея – это уникальная система организации творческой деятельности, которая имеет определенную цель, задачи, стратегию и пути развития в сфере искусств, от которых зависит ее структура, функции и содержание деятельности. Кроме того, неизменным

условием успешного функционирования галереи, помимо успешного направления деятельности и подходящей структуры организации, является как определенный уровень культуры общества (именно поэтому галереи расположены в основном в мегаполисах), так и стабильная экономическая ситуация, позволяющая человеку тратить средства на удовлетворение своих духовных потребностей [3].

Галерейная политика направлена на объединение художников по одному направлению, чьи работы устраивают по качеству и содержанию. Ключевыми субъектами, влияющими на успех галереи, являются сами художники, чьи произведения, в итоге, захотят приобрести потенциальные потребители. За процессом создания репутации и популярности художника стоит огромная работа галериста, дающая художнику свободу самовыражения, который берет на себя его спонсорство, работая с выставками и аукционами, и все, что остается делать художнику, это создавать произведения искусства.

Арт-индустрия в России находится на начальной стадии развития, этика взаимоотношений «галерея-клиент» и «галерея-художник» находится в стадии формирования и совершенствования. В отечественной практике наблюдаются такие занятные случаи, когда клиенты считают в порядке вещей узнать у галериста контакты художника, адрес его мастерской и прочее. Это неприемлемо за рубежом, потому что западная модель бизнеса предполагает приобретение произведений искусства через галерею, что гарантирует их качество. Если клиент приобретает картину через галерею, значит, он может быть уверенным, что художник – это не просто человек с улицы, а тщательно отобранный мастер. Галеристы обычно обладают особым чутьем, поэтому вероятность того, что стоимость работы в будущем вырастет, очень высока. Также нельзя купить подделку через галерею: серьезный экспонент является гарантом подлинности продаваемых им работ [5].

В организации галерейного бизнеса получила распространение система

кураторства, когда специально обученный искусствовед проводит выставки, создает профессиональные тексты, привлекает критиков и журналистов, организует интервью. Помогает выбрать лучший свет для экспонирования тех или иных работ, разрабатывает программу, где это сделать. Иногда используются не только выставочные площади, но и открытые арт-пространства.

Важную роль в галерейном бизнесе имеют арт-дилеры. Арт-дилер представляет интересы художников и организывает взаимовыгодное сотрудничество с коллекционерами и музеями, галереями и аукционами, чьи интересы совпадают с интересами творчества художников. Некоторые арт-дилеры могут точно прогнозировать рыночные тенденции или влиять на вкусы потенциальных клиентов [3].

В последние годы возрос интерес к российской художественной среде со стороны кураторов крупных зарубежных музеев, критиков и искусствоведов, а как известно, такое признание и интерес важнее искусственно созданных процессов на арт-рынке.

Если с современным состоянием галерейного бизнеса в России все более-менее понятно, то что можно сказать о перспективах развития данной сферы?

Перспективы развития галерейного бизнеса в России можно отразить в следующем:

1) поощрение частной инициативы государством (благотворительность, меценатство, поддержка национального искусства) будет способствовать активному развитию арт-рынка в стране, что в свою очередь привлечет большое внимание к развитию популяризации галерейного бизнеса, как это произошло в США;

2) арт-галерея как посредник между творчеством отечественных художников и представителями арт-бизнеса за рубежом будет развивать взаимовыгодное сотрудничество между субъектами арт-рынка и популяризовать отечественные произведения искусства, продвигать

российских художников на мировой арт-рынок, что привлечет в страну дополнительный капитал;

3) арт-галерея стремится не только к коммерческому формату выставочного зала с картинами, но и к просветительскому формату, который будет задавать определенный вектор развития современного искусства в стране, повышать культурную образованность населения;

4) выход галерейного бизнеса в электронный формат (или формат online);

5) укрупнение арт-галерей и выход их за пределы страны в русле глобализации мировой экономики, поскольку галерейный бизнес – это в первую очередь предпринимательская деятельность, целью которой является получение максимальной прибыли от продажи произведений искусства;

6) увеличится спрос на предметы искусства как объект инвестиций [4].

Несмотря на то, что большинство представителей отечественного арт-бизнеса в один голос говорят о неготовности субъектов традиционного арт-рынка перейти в онлайн-формат, многочисленные преимущества нового пространства делают этот процесс почти неизбежным, и прогресс в данной области зависит лишь от желания адаптироваться к новым технологиям.

Таким образом, перспективы развития благоприятны для галерей «нового типа», которые смогут сохранить свою нишу и место в культурной жизни страны и региона. Такие художественные галереи, которые не смогли получить государственные дотации и поддержку меценатов, не перешедшие на современные, новые форматы рыночных отношений, постепенно будут исчезать из культурного пространства страны. Однако их место займут молодые галереи с четкой стратегией и тактикой развития, с конкретными целями и задачами. Любая художественная галерея современного искусства играет важную роль как в культурной жизни города и общества, так и в формировании арт-рынка. Они охватывают разные слои общества, с разными материальными ресурсами и духовными потребностями. Галерея поддерживает молодых амбициозных художников и помогает им проводить

выставки, которые привлекают коллекционеров и инвесторов.

### **Список используемой литературы:**

1. *Ефимова, И. В.* Галерейный бизнес: история возникновения, особенности, риски / И. В. Ефимова // Инициативы молодых – науке и производству: сборник статей. – 2020. – С. 36-39.

2. *Подкопаев, О. А.* История возникновения и развития галерейного бизнеса / О. А. Подкопаев // Креативная экономика и социальные инновации. – 2020. – Т. 10. – № 3(32). – С. 62-65.

3. *Татаркина, Н.* Как устроен бизнес галереи современного искусства // Exiterra: [сайт]. – URL: <https://exiterra.com/blog/dlya-biznesa/kak-ustroen-biznes-galerei-sovremennogo-iskusstva/> (дата обращения: 21.11.2021).

4. Культура и кризис // Лента.ру Культура: [сайт]. – URL: <https://lenta.ru/conf/maslakov/> (дата обращения: 22.11.2021).

5. Особенности развития арт-рынка и галерейного дела // Студопедия: [сайт]. – URL: [https://studopedia.su/15\\_54360\\_osobennosti-sovremennogo-art-rinka-i-galereynogo-dela.html](https://studopedia.su/15_54360_osobennosti-sovremennogo-art-rinka-i-galereynogo-dela.html) (дата обращения: 22.11.2021).

6. Развитие галерейного бизнеса в России // Studwood.ru: [сайт]. – URL: [https://studwood.ru/792744/kulturologiya/razvitie\\_galereynogo\\_biznesa\\_rossii](https://studwood.ru/792744/kulturologiya/razvitie_galereynogo_biznesa_rossii) (дата обращения: 20.11.2021).