

МЕСТО АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Пузырев М. И.,

Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», г. Донецк

Аннотация. Арт-менеджмент сегодня рассматривается как один из функционально-ролевых видов деятельности, связанный с процессами отбора, хранения, производства и распространения культурных ценностей. Исходя из того, что арт-менеджмент – это еще и процесс управления производством продукта рынка культурных услуг, включающий все структурные элементы управления (планирование, организацию, мотивацию, контроль) организацией людей, занятых этим производством, можно утверждать, что арт-менеджмент представляет собой совокупность управленческих приемов (планирование, организация, мотивация, контроль), характерных для классического менеджмента, и особый вид управленческой деятельности в сфере искусства, который включает процесс создания и распространения художественной продукции.

Ключевые слова: арт-менеджмент, процесс управления, экономика, цифровизация, изобразительное искусство, креативная активность

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время цифровая революция трансформирует культуру, как и другие аспекты нашей жизни. Благодаря цифровым технологиям вырос уровень культурной и креативной активности, появились новые формы взаимодействия с аудиторией, изменились процессы производства и распространения творческих продуктов.

Целью исследования является определение места арт-менеджмента в цифровой экономике.

Основная часть. В условиях современной экономики с рыночной свободой (М. Вебер), креативной экономики впечатлений (Б. Джозеф Пайн II, Х. Джеймс Гилмор), экономики символических благ (П. Бурдьё), экономики дара (М. Мосс, К. Леви-Стросс, М. Салинс, Ж. Деррида, Л. Хайд), экономики счастья (Т. Шей, А. Б. Долгин), символической экономики/экономики благосостояния (А. Б. Долгин), цифровой экономики (А. Ю. Макаров, А. А. Макаров) творческие деятели (художники, актёры, режиссёры, писатели, танцовщики и т. д.) как для самоактуализации, так и

для развития карьеры нуждаются в грамотном и эффективном арт-менеджменте.

Арт-менеджмент – управление в сфере искусства; совокупность принципов, методов, средств по реализации возможностей предпринимательства сферы искусства. Основу менеджмента профессионального искусства составляет организация (театр, филармония, продюсерский центр и др.), эффективность которого зависит от правильно найденной модели, а также личности и профессиональной подготовки управляющего. Каждое направление арт-бизнеса имеет свои модели менеджмента и критерии его эффективности. Предпринимательство в сфере культуры не является исключением. В данной сфере существуют свои индикаторы эффективности процессов управления деятельностью организации. Целями арт-менеджмента являются: пропаганда профессионального искусства, создание условий для творчества и профессионального роста исполнителей, развитие новых жанров профессионального искусства [1].

В условиях диджитализации для осознания арт-менеджерами ценной информации и принятия конкурентоспособных решений необходим эмоциональный и социальный интеллект с позитивным настроем, талантами и творческими способностями, привлекающими внимание людей для осуществления грамотной коммуникации, умение управлять собственными эмоциями и избегать манипулирования, а также цифровая грамотность и знание алгоритмов цифрового маркетинга.

Искусство и технологии всегда были взаимосвязаны. Художественное выражение было облегчено благодаря технологическим инновациям, которые позволили художникам адаптировать технологии, предназначенные для других целей или изобретать их как способ стимулирования творческого процесса. За последние 30 лет произошло быстрое развитие и внедрение цифровых технологий, а также постоянно растущее использование информационных и коммуникационных технологий для всевозможных нужд, в том числе художественное выражение. Одно из самых последних нововведений, искусственный интеллект, уже нашел свое применение в мастерских художников и в творческом процессе. Европейский Союз сталкивается с международной конкуренцией не только в области технического прогресса и арт-рынков, но и с использованием новых технологий для художественного самовыражения. Поэтому, чтобы сохранить конкурентное преимущество, художники из ЕС должны приобретать навыки и компетенции также в высокотехнологичных областях, а научно-исследовательское и инновационное сообщество должно идти в ногу с развитием событий. ЕС вскоре примет свои финансовые рамки на следующий бюджетный период (2021-2027 гг.) и обсуждение уровней финансирования его различных программ поддержки, таких как исследования и инновации, для культурной

и художественной деятельности, а также для создания единого цифрового рынка, что, среди прочего, позволяет различным операторам и потребителям встречаться и взаимодействовать.

Сегодня инвестиции в изобразительное искусство популярны как никогда. Обычно его представляют как альтернативу акциям, облигациям, недвижимости и другим традиционным инвестиционным направлениям. Изобразительное искусство предлагает инвестиционную диверсификацию, которая является относительно низкой по сравнению с другими классами активов. На ежегодной конференции Deloitte в Монако представили годовое исследование «Искусство и капитал» и подтвердили потенциал блокчейна. Компания Deloitte занимается анализом спроса на искусство и его инвестиционной привлекательности и ежегодно в сотрудничестве с Art Tactic выпускает Art & Finance Report [3].

Трудно назвать выводы, сделанные в отчете, однозначно оптимистичными или пессимистичными.

Одним из самых острых вопросов из обсуждаемых на конференции Deloitte была проблема прозрачности на арт-рынке и необходимость арт-менеджмента на нем. Применение к торговле искусством Пятой директивы Евросоюза по борьбе с отмыванием денег (принятой летом нынешнего года) вызывает неоднозначную реакцию профессионалов, поскольку необходимость проверять личность клиента и источник происхождения его средств создает дополнительные бюрократические сложности для многих арт-дилеров и галерей. Зато в вопросе о арт-менеджменте рынка и коллекционеры, и профессионалы, работающие с искусством, едины: вмешательство государства здесь не требуется.

Такое же единство вызывает и необходимость сделать прозрачной историю создания, передвижения и владения предметом искусства (провенанс). Ведь именно сомнения в подлинности – главное, что удерживает многих от покупок. И основное средство – это современные технологии, в частности блокчейн. В Deloitte уже разработали прототип суперплатформы, которая может объединить всех членов художественной «экосистемы» – инвесторов, продавцов, художников, органы сертификации – в одну сеть и обеспечить прозрачность инвестиций.

Но и это не все, на что способны новые технологии. Инна Баженова, коллекционер, издатель The Art Newspaper, в своем докладе рассказала о новой платформе The Art Exchange, инициатором создания которой она стала. Платформа позволит владельцам эффективно секьюритизировать (обеспечить финансирование путем выпуска ценных бумаг) свои произведения искусства с использованием технологии токенов, заменителей ценных бумаг в цифровом мире. Таким образом, права собственности могут быть оцифрованы и становятся доступными для продажи и покупки более широкой группе потенциальных покупателей, от профессионалов рынка до абсолютных новичков.

В цифровой эпохе, которая генерирует спектр рисков современности и возможности для революционных и эволюционных изменений как своего рода «апокалипсиса», арт-менеджеры в государственных учреждениях и коммерческих организациях активно используют диджитал-технологии со спектром преимуществ и переходят от цепочек создания добавленной стоимости к особым современным экосистемам. В таких организациях нового видения / нового поколения происходят процессы «погружения» в потребности/запросы реципиента, формирования вкусов и образа жизни такового и посредством технологии маркетинг-микс создаются востребованные на рынке уникальные арт-продукты. Интерес представляет опыт ряда компаний – Google, Facebook, Spotify, Uber, Amazon, Netflix, Walmart, Fidelity, продакт-менеджмент которых для грамотных бизнес-решений и выстраивания новых концепций применял цифровые технологии, что позволило им за короткий период стать мировыми лидерами рынка [2].

Для того, чтобы побудить художников, ученых и специалистов в области ИКТ объединить свои усилия и открыть новые художественные и научные горизонты, ЕС выделил 1,5 миллиона евро из своей программы «Креативная Европа» для экспериментального проекта по получению междисциплинарной степени магистра в области искусства и науки, предлагая обучение искусству, ИКТ, предпринимательству и бизнесу. Точно так же программа исследований и инноваций Horizon 2020 обеспечивает финансирование исследований в гуманитарных науках, решающих социальные проблемы и вопросы, такие как идентичность, память, толерантность и культурное наследие, а также проекты культурного сотрудничества. Исследования в этих областях включают технические аспекты, такие как аудиовизуальный (AV) цифровой контент, данные, связанные с культурным наследием и искусством, и 3D данные, собранные дронами и сканерами, семантический анализ артефактов, интеграция 3D-моделирования, геопространственная информация и системы глобального и внутреннего позиционирования, а также 3D-печать и представление, виртуальная реальность, дополненная реальность, ИИ, лазерное обнаружение и определение дальности, интерактивный и иммерсивный опыт и т. д. Результаты таких исследований можно использовать и в художественных целях.

Хотя на первый взгляд может показаться, что искусство, технология и наука несовместимы друг с другом, однако, они тесно переплетаются друг с другом. Творческие художественные умы всегда искали новые техники и способы освоения материального мира как канала самовыражения. Последние разработки в области цифровых технологий во многом повлияли на искусство и культуру. Информация и связь с технологиями предоставили художникам инструменты, позволяющие им получить доступ к новым способам самовыражения, связи и взаимодействия со своей аудиторией. Эти

инструменты произвели революцию в восприятии искусства и творчества. Искусственный интеллект (ИИ) также нашел свое применение в различных областях искусства.

Цифровые технологии позволяют сегодняшнему населению сохранять и получать информацию о культурных мероприятиях и покупать на них билеты. Читать газету или роман, слушать музыку или смотреть фильм онлайн. Цифровизация также предоставила художникам и творческим людям новые инструменты и средства для самовыражения. Например, специализированные программы помогают архитекторам и дизайнерам в своей работе. Художники экспериментируют с фото- и киносъёмочным оборудованием, цифровые/электронные музыкальные инструменты позволяют в музыке создавать уникальные композиционные программы, а также использовать цифровые технологии для производства визуального искусства, 3D-печать скульптур и иммерсивные или интерактивные произведения искусства.

Выводы. Таким образом, несмотря на все подводные камни, все «за» и «против», цифровые технологии арт-менеджмента уже пришли в наш мир. И в мир искусства тоже. Глобальные инновационные процессы, происходящие в мировой культуре, в большей или меньшей степени оказывают влияние на развитие независимых творческих проектов. Сейчас любая стратегия, реализуемая арт-менеджерами, будет способствовать выработке и реализации современных стратегий, трансформации структур и перестройке деятельности управленцев арт-индустрии для адекватного функционирования в новой реальности.

Список использованных источников:

1. Цифровой арт-менеджмент: pro et contra. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://kz.kursiv.media/2017-11-22/cifrovoy-art-menedzhment-pro-et-contra/> (дата обращения: 28.04.2023).
2. Искусственный интеллект в менеджменте компаний. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://creativeconomy.ru/lib/102145> (дата обращения: 28.04.2023).
3. Arts in the digital era. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/644184/EPRS_BRI\(2019\)644184_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/644184/EPRS_BRI(2019)644184_EN.pdf) (дата обращения: 28.04.2023).
4. Connecting the Fine Art industry with digital economy. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://medium.com/coart/connecting-the-fine-art-industry-with-digital-economy-7a7d26f78997> (дата обращения: 28.04.2023).
5. Interpretation of Online Artworks of Digital Art Design in the New Media Environment [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.hindawi.com/journals/jeph/2022/9566844/> (дата обращения: 28.04.2023).