

Секция «30.5 Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

Развитие бренда художественной галереи в условиях цифровой трансформации арт-рынка

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Нуряева Варвара Андреевна

Выпускник (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: nuryaeva@yandex.ru

Российский арт-рынок в последнее время преодолевает существенные изменения. Пандемия COVID-19 в 2020-ом году, а также трансформация мировой и российской культурной среды привели к изменению моделей функционирования арт-индустрии. В рамках исследования арт-индустрия рассматривается как совокупность институций, которая включает в себя деятельность художественных галерей и создание произведений искусства художниками. Арт-рынок представляет собой симбиоз экономических и эстетических ценностей. Он объединяет культурные тенденции, сформированные в обществе. В системе рынка искусств задействованы художники, потребители предметов искусств, галереи и арт-пространства.

Пандемия 2020 года ограничила возможность привлечения аудитории в автономном режиме. Новые реалии способствовали формированию тенденции к построению онлайн-стратегии продвижения на рынке искусств. Арт-дилеры отмечают, что преобладающее число онлайн-продаж зависит от клиентов, уже знакомых с галереей. Социальные сети остаются ключевым каналом на арт-рынке для привлечения новой аудитории и увеличения продаж.

Более того, в 2024 году российский арт-рынок вырос на 152% по сравнению с 2023 годом и достиг 50,3 млн. долларов, что подтверждает ценность исследования. Объем креативных индустрий в валовом внутреннем продукте составил 7,5 трлн руб. По итогам 2024 года общий объем продаж галерей на арт-ярмарках составил 31% от общего оборота. Основными игроками за анализируемый период оказались США, Великобритания, Франция и Китай – их рынки обеспечили 83% оборота на мировом рынке искусств.

Целью данной работы является исследование особенностей функционирования бренда художественной галереи в эпоху цифровой трансформации арт-рынка для определения стратегии, которые необходимы для конкурентоспособности и узнаваемости бренда галереи в условиях цифровизации.

Анализ литературы демонстрирует, что существует интерес к российскому арт-рынку и адаптации сферы искусств к цифровым технологиям в научном сообществе. Изучены основные характеристики арт-рынка и его развитие в России. Рассматривается место российского арт-рынка в условиях международной конкуренции, но и делает акцент на роли цифровизации в сфере искусств. Особое внимание уделено проблеме цифровизации рынка искусств. В работе приведен анализ влияния цифровых технологий на изменение коммуникации и поиск ключевых нарративов с аудиторией в условиях активного использования социальных сетей. Вышеперечисленные темы позволяют углубленно изучить проблему и на основе этого рассмотреть практики развития бренда художественной галереи на примере государственной Третьяковской галереи и художественной галереи «Свиное рыло».

Источники и литература

- 1) Акинин А. А. Влияние цифровизации на развитие культуры в Российской Федерации // Образование и право. – 2024. – № 2. – С. 454–458.
- 2) Бабков В. А. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт. Как покупать и продавать искусство. – 2-е изд. – М.: Арт-менеджер, 2010. – 418 с.
- 3) Вылгина Ю. В., Большакова Н. Г. Исследование потенциала арт-рынка в России: тенденции и перспективы развития // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2024. – № 5. – С. 163–169.
- 4) Годин А. М. Брендинг: Учебное пособие. – 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 184 с.
- 5) Долганова Е. А., Хангельдиева И. Г. Арт-рынок: полифункционализм и полифонизм основных субъектов // Социология власти. – 2010. – № 5. – С. 118–128.
- 6) Карцева Е. А. Трансформация художественных коммуникаций и арт-рынка в контексте цифровой культуры // Культурная реальность. – 2019. – № 1. – С. 16–28.
- 7) Креативный сектор оброс цифрами [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8139040> (дата обращения: 18.12.2025).
- 8) Отчет Art Basel и UBS 2025: основные показатели [Электронный ресурс] // ARTinvestment. – URL: https://artinvestment.ru/invest/analytics/20250411_ArtBasel.html (дата обращения: 18.12.2025).
- 9) Пашкус М. В. Особенности формирования и специфика оценки бренда музея // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 3. – С. 162–167.
- 10) Подходы к статистическому наблюдению творческих (креативных) индустрий: опыт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] // Росстат. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Gershman-14032023.pdf> (дата обращения: 18.12.2025).
- 11) Приказ Минкомсвязи России от 01.08.2018 N 428 "Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации" [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_343571/ (дата обращения: 18.12.2025).
- 12) Рынок русского искусства в России. Итоги 2024 года [Электронный ресурс] // ARTinvestment. – URL: https://artinvestment.ru/invest/analytics/20250114_RusSales_Russia.html (дата обращения: 18.12.2025).
- 13) Седых И. А. Российский рынок предметов искусства – 2018: аналитический отчет. – М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 168 с. 11. Тульчинский Г. Л. PR в сфере культуры: учебное пособие. – СПб.: Лань, 2011. – 576 с.
- 14) Шарков Ф. И. Магия бренда: Брендинг как маркетинговая коммуникация. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 268 с.
- 15) Шунков А. В., Тараненко Л. Г., Дворовенко О. В. Феномен цифровизации культуры и искусства в России // Мир русскоговорящих стран. – 2024. – № 2. – С. 105–128.
- 16) Якушина Н. П. Арт-рынок в эпоху цифровизации: новые тенденции и перспективы // Вестник МГУКИ. – 2021. – № 1 (99). – С. 143–149.
- 17) Brand Analytics: число авторов в соцмедиа в РФ в октябре побило рекорд [Электронный ресурс] // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/22396813> (дата обращения: 18.12.2025).

- 18) The Art Market 2021 [Электронный ресурс] // Art Basel & UBS Report. – P. 250.
– URL: <https://cdn.sanity.io/files/lvzckgdl/production/3b831ec7c63bc444c19b630afe73983897abac3e.pdf> (дата обращения: 18.12.2025).