

АРТ-ИНДУСТРИЯ КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Арт-индустрия на современном этапе развития культуры и искусства понимается как сфера деятельности, включающая в себя производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры, сопряжённые секторы и потребительскую аудиторию. Арт индустрия – это новый вид предпринимательской активности и одновременно один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Арт-индустрией также принято называть совокупность производственно-торговых отношений в сфере культуры. Основными участниками данного рынка являются предприниматели в сфере культуры - представители производства и продажи/предоставления продуктов/услуг, а также их потребители. Взаимосвязанной с арт-индустрией деятельностью является также индустрия досуга, которая может определяться как система предприятий, фирм, организаций и предпринимателей, создающих условия и предоставляющих все необходимые продукты и услуги для потребления в процессе досуга и развлечений.

К представителям производства в арт-индустрии относят всех авторов и коллективы разработчиков культурного продукта: художников, музыкантов, артистов, режиссеров, ремесленников и т.д.

К представителям продажи продуктов и предоставления услуг в этой сфере относятся менеджеры, продюсеры и продюсерские центры, тиражирующие компании, галереи, ивент-агентства, арт-салоны и другие организации и учреждения культуры, независимо от формы собственности.

Арт-индустрия объединяет предприятия и предпринимателей, продукция которых несет в себе потенциал создания добавочной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. К арт-индустрии относят предпринимательскую деятельность в области музыкального бизнеса, концертно-гастрольного бизнеса, кинопроизводства и телевидения, Интернет в части art-net, компьютерные технологии и медиа, а также галерейный бизнес, индустрия моды, издательский бизнес, рекламная индустрия, дизайн, архитектура, культурный туризм и т.п. Арт-индустрия соединяет бизнес-навыки, технические достижения, информационные технологии и культурные практики, основой которых является творческая, интеллектуально насыщенная деятельность.

Объектами арт-индустрии является товар особого рода, обладающий специфическими свойствами, а также особым проявлением закона стоимости. В основном это конечные продукты художественного и интеллектуального творчества, воспроизводящие визуально воспринятую действительность в следующих формах:

□ культурные «продукты», имеющие форму конкретных предметов, которые не изменяются в пространстве и во времени (живопись, ремесла, скульптура, книги, диски и т.п.);

□ культурные услуги и продукты условно «нематериального характера» (мюзикл, танцевальное шоу, юмористическое шоу, концерт, клип и т.п.).

Арт-индустрия выступает как система производства продуктов культуры и искусства, делая их арт-продуктами и выпуская на арт-рынок, где происходят продажи - это и является предпринимательством в сфере культуры. Арт-продукт настолько разнообразен, что один сегмент может существовать во взаимодействии с другими, это и многое другое дает широкое поле действий в предпринимательстве.

Основной функцией рынка как экономического явления является получение прибыли. Следовательно, основной задачей арт-рынка можно считать получение прибыли посредством удовлетворения не материальных, а духовных потребностей общества.

В своей предпринимательской деятельности организация культуры приравнивается к предприятию и подпадает под действие законодательства Республики Беларусь о предприятиях и предпринимательской деятельности.

В белорусском праве любые понятия и категории, которые, так или иначе, содержат такие термины как «предпринимательство», «предпринимательская деятельность», «субъекты предпринимательства» и т.п. появились сравнительно недавно, в начале 90-х годов 20 века. С этого времени начинает формироваться национальное законодательство Республики Беларусь, которое содержит нормы права, направленные на регулирование самых различных общественных отношений, в том числе и таких, которые стали появляться с началом реформирования экономики – связанных с развитием предпринимательской активности. Деятельность, основной целью которой является получение прибыли, в законодательстве зарубежных стран может иметь различное название, что, тем не менее, не меняет правовой сути самого явления [3].

Предпосылками возникновения арт-индустрии и индустрии досуга в различных развитых странах были следующие: увеличение свободного времени, сокращение рабочих часов и распространение частичной занятости, развитие научно-технического прогресса и информационных технологий, рост семейного благосостояния, развитие социальной политики, сокращение затрат труда и времени на ведение домашнего хозяйства, повышение образовательного и культурного уровня населения. Эти факторы существенно повлияли на формирование готовности цивилизованного общества воспринять современную концепцию арт-индустрии и индустрии досуга. Второстепенными, хотя и не менее важными факторами, которые активизировали привлечение населения к активности в арт-индустрии, являются: пропаганда средствами массовой информации стандартов соответствующего проведения своего досуга; постоянное обновление, совершенствование и расширение культурных и досуговых товаров и услуг;

систематическое изучение досуговых запросов и желаний населения; развитие инфраструктуры учреждений культуры и искусства и укрепление их материально-технической базы; налаживание производства товаров культурного, досугового, спортивного и туристического назначения.

Арт-индустрия становится сектором экономики, который серьезно развивается. Создаются новые предприятия, а с ними - новые рабочие места в этой сфере: создаются и функционируют частные музеи, театры, галереи, кинотеатры, ивент-агентства, концертно-гастрольные агентства, изостудии, танцевальные и музыкальные школы, рекламные и дизайн агентства, игровые клубы, детские развивающие центры и т.д.

Контексты понимания арт-индустрии: арт-индустрию можно понимать в узком и широком смысле. В узком смысле арт-индустрия – это исключительно экономическая категория, подразумевающая общий порядок цен на художественные произведения того или иного «автора», его инвестиционную привлекательность, посредничество в заключении сделок по купле – продаже произведений искусства. В широком смысле арт-индустрия не может быть заключена исключительно в рамках этих действий. Производство искусства включает в себе духовные, нематериальные ценности, оценить которые в силу уникальности и неповторимости произведений искусства достаточно сложно, поэтому арт-индустрия оказывается сплетена с различными способами обоснования ценности художественного произведения, лежащими вне прагматических смыслов [1, с.16-17].

Ряд исследователей отмечают, что экономический вклад арт-индустрии может быть проанализирован по четырем аспектам:

- Прямой экономический эффект – определяется прямым вкладом в ВВП страны;

- Экономический эффект второго уровня – определяется не прямым, но измеримым эффектом в экономику, например, ростом расходов в области культуры и творческих индустрий;

- Экономический эффект третьего уровня – определяется прямым, но не столь очевидно измеримым вкладом в национальную экономику, включает участие искусства и культуры в индустриальном развитии, внедрении инноваций и экономической дифференциации;

- Экономический эффект четвертого уровня – так называемый «неизмеримый» эффект. Это изменение качества жизни, формирование культурной идентичности, развитие плюрализма и толерантной атмосферы в обществе [2].

Белорусская арт-индустрия сегодня формируется и существует как самостоятельная система. В нашей стране эти потребности стали актуальны со времени перехода на новые рыночные условия хозяйствования (с конца 90-х гг. XX века). С формированием нового способа потребления арт-продукта возникает необходимость в рыночных механизмах. На современном этапе развития социума арт-индустрия постепенно приобретает всё больший вес в культуре и искусстве, жизни общества и экономических отношениях. Поскольку произведения искусства, продукты и услуги культуры могут

выступать объектом купли-продажи, участвовать в товарообмене, на них может быть спрос, и они могут конкурировать с другими произведениями, то можно говорить и о рынке продуктов и услуг искусства и культуры.

Белорусский рынок арт-индустрии оформился относительно недавно и пока находится в состоянии формирования многих его сегментов. Необходимо отметить положительные тенденции этого движения. Так, в Беларуси создана содержательная нормативно-правовая база для развития арт-индустрии и различных ее сегментов (Кодекс о культуре в РБ, Закон об авторском праве и смежных правах, декреты и указы о развитии предпринимательства в РБ, Закон о рекламе и т.д.). Растет объем предпринимателей в данной сфере: открываются новые организации в разных сегментах арт-индустрии. Население «рублем» демонстрирует активную заинтересованность в продуктах и услугах данного сектора. Белорусский государственный университет культуры и искусств выпускает специалистов – культурологов-менеджеров и магистров арт-менеджеров, обладающих необходимым запасом знаний и умений для развития предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства.

Литература

1. Долганова, Е.А. Культурологический анализ форм продвижения художника на арт-рынок: автореферат дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Е.А.Долганова; МГУ им.М.В.Ломоносова. - М., 2011.- 25с.

2. Зеленцова, Е. В. Креативные индустрии: зарубежный опыт прикладных исследований и разработок / Е.В. Зеленцова // Культурология: фундаментальные основания прикладных исследований. — М.: Смысл, 2010. - С. 202 -216.

3. Правовое регулирование предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.uoipd.by/files/files/biblioteka/v-pomoshh-predprinimatelstvu/PRAVOVOE-REGULIROVANIE-PREDPRINIMATELSKOJ-DEJATEL'NOSTI.pdf>. - Дата доступа: 10.11.2020.

UDC 37-054.62:811.14'06

Βασίλειος Σωτηρούδας
/ Ελλάδα /

Η ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ. ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Ο ορισμός του όρου διασπορά (diaspora) είναι ένα πολύ δύσκολο έργο [14, p. 3]. Στις κοινωνικές επιστήμες είναι σχετικά πρόσφατος, ενώ πριν τη δεκαετία το