

А. Б. Костерина

ИСКУССТВО И КОММЕРЦИЯ

Екатеринбург
2008

Федеральное агентство по образованию
ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-
педагогический университет
Уральское отделение Российской академии образования
Академия профессионального образования

А. Б. Костерина

ИСКУССТВО И КОММЕРЦИЯ

Учебное пособие

Допущено Учебно-методическим объединением по профессионально-педагогическому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 050501.04 – Профессиональное обучение (дизайн)

Екатеринбург
2008

УДК 7.01 : 338 (075.8)
ББК У 498.5я 73–1
К 72

Костерина А. Б. Искусство и коммерция [Текст]: учеб. пособие / А. Б. Костерина. Екатеринбург: Изд-во ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2008. 109 с.

ISBN 978-5-8050-0294-7

Рассматриваются противоположные по целевым установкам феномены культуры: искусство и коммерция, социокультурная сущность арт-рынка и специфика его функционирования в отечественной культуре. Особое внимание уделяется аспекту взаимодействия искусства и коммерции.

Предназначено студентам высших учебных заведений, обучающимся по специальности «Профессиональное обучение (дизайн)».

Рецензенты: д-р полит. наук, проф. Н. А. Комлева (ГОУ ВПО «Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького»); канд. экон. наук, доц. А. А. Чикин (ГОУ ВПО «Екатеринбург. гос. театр. ин-т»); канд. искусствоведения Е. В. Килимник (ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т»)

ISBN 978-5-8050-0294-7

© ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2008

© А. Б. Костерина, 2008

Оглавление

Введение	5
Глава 1. ИСКУССТВО КАК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ	9
1.1. Религиозная концепция искусства	10
1.1.1. Богословское понимание искусства	10
1.1.2. Религиозно-философское понимание искусства	13
1.2. Философско-эстетическая концепция искусства	16
1.2.1. Античное понимание искусства	17
1.2.2. Кант и Гегель о синтезе искусства и ремесла	18
1.2.3. Постмодернистская концепция искусства	21
1.3. Коммерческая концепция искусства	35
1.3.1. Производство искусства как товар	35
1.3.2. Цена и ценность искусства	36
1.3.3. Генезис художественного рынка	39
Глава 2. КОММЕРЦИЯ КАК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ	45
2.1. Национальное осмысление коммерции	45
2.2. Коммерция и меценатство	46
2.3. Коммерция и христианство	52
2.4. Коммерция и искусство	58
Глава 3. КОММЕРЦИЯ В ИСКУССТВЕ	64
3.1. Арт-рынок как социокультурный феномен	64
3.2. Сущность и функции арт-рынка	66
3.2.1. Специфика художественного товара	67
3.2.2. Субъекты арт-рынка	69
3.2.3. Экономические функции арт-рынка	70
3.2.4. Социокультурные функции арт-рынка	74
3.3. Комплекс маркетинга в искусстве	76
3.3.1. Особенности деятельности галереи в системе маркетинга	77
3.3.2. Арт-брендинг как этап в создании покупательско- го интереса	78

3.3.3. Арт-продукт как товар	82
3.3.4. Цена арт-продукта	85
3.3.5. «Раскрутка» арт-продукта	89
3.3.6. Размещение арт-продукта	93
3.3.7. Интернет-технологии в системе арт-рынка	96
Заключение.....	100
Библиографический список.....	102
Глоссарий	106