

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФГБОУ ВПО «АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Факультет искусств

Кафедра истории отечественного и зарубежного искусства

МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРЫ

**Программа курса и методические рекомендации
для студентов факультета искусств
Специальность «Культурология» (031401.65)**



Барнаул

**Издательство Алтайского
государственного университета
2012**

Автор-составитель:

старший преподаватель *И.В. Черняева*

Рецензент:

доктор искусствоведения,

профессор, член СХ России *Т.М. Степанская*

Программа и методические рекомендации «Менеджмент культуры» предназначены для студентов факультета искусств, обучающихся по специальности «Культурология» (031401.65).

Программа и методические рекомендации одобрены на заседании методической комиссии факультета искусств от 27 апреля 2012 г., протокол №10.

План УМД 2012 г., п. 118

Подписано в печать 03.10.2012. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 1,0. Тираж 100 экз. Заказ 226

Типография Алтайского государственного университета:
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа и методические рекомендации «Менеджмент культуры» разработаны для студентов 4 курса обучения (8 семестр) очной формы обучения по специальности 031401.65 «Культурология». Цикл общепрофессиональных дисциплин предусматривает знакомство с технологией менеджмента в сфере культуры, понимание особенностей и возможностей некоммерческой деятельности в сфере культуры, выработку навыков разработки проектов и программ в сфере культуры и приобретение навыков анализа проблем в управлении персоналом и принятия оптимальных решений этих проблем.

При чтении курса по данной программе используются такие формы обучения, как лекции, семинары, самостоятельная работа студентов. Курс рассчитан на 48 часов. Аттестация осуществляется по итогам работы в течение семестра и сдачи экзамена.

В предложенном курсе систематически рассматриваются методы определения приоритетов управления сферой культуры, технология разработки культурных программ, содержание и технология фандрейзинга, проблемы и перспективы спонсорства, патронажа и благотворительности в сфере культуры, роль, значение, содержание организационной культуры фирмы, совокупной культуры менеджмента, направления взаимодействия современного бизнеса со сферой культуры. Специально рассматривается понятие эффективности менеджмента, виды, уровни и методы анализа эффективности менеджмента в сфере культуры.

В результате изучения курса «Менеджмент культуры» студент должен *понимать*:

- особенности менеджмента в сфере культуры и его функций;
- роль и значение сферы культуры в современном обществе, ее вклада в экономическое развитие;
- *знать* технологии менеджмента в сфере культуры;
- основные методы работы с персоналом;
- *уметь* разрабатывать проекты и программы в сфере культуры;
- анализировать проблемы управления персоналом и выбирать оптимальные способы их решения.

В программе приведены перечень художественных галерей и выставочных залов города Барнаула, краткий словарь терминов, тестовые задания, списки основной и дополнительной литературы, электронные ресурсы (международные базы данных и рейтинги по искусству).

Тематический план

№	Наименование темы	Всего (ч).	Аудиторная работа		Сам. работа (ч).
			Лекций (ч).	Практ. зан. (семинары) (ч).	
Очная форма обучения					
1	Введение в курс	1	1		
Раздел I. Сфера культуры и технология менеджмента					
2	Культура, сфера культуры и менеджмент	4	2		2
3	Система механизмов менеджмента	3	1		2
4	Особенности менеджмента в сфере культуры	4	2		2
5	Компетентность современного менеджера и гуманитарная культура	4	2		2
Раздел II. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры					
6	Государственное регулирование в сфере культуры	3	2		1
7	Негосударственная поддержка социально-культурной сферы	4	2		2
8	Источники финансирования работы учреждений культуры	3	1		2
Раздел III. Технология организационного и финансового обеспечения социально-культурной сферы					
9	Определение приоритетов поддержки и развития культуры: зарубежный и отечественный опыт	4	2		2
10	Культурные программы как метод управления	3	1	-	2
11	Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников (фандрейзинг)	4	2		2
Раздел IV. Технология планирования и работа с персоналом					
12	Виды планов, организация плановой деятельности, методы планирования	3	2		1
13	Культура менеджмента и организационная культура фирмы	4	2		2
Раздел V. Менеджмент культуры Алтайского края					
14	Формы управления художественных галерей и выставочных залов Барнаула	2	1		1
15	Источники финансирования учреждений культуры Алтайского края	2	1		1
	ИТОГО:	48	24		24

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Введение. Актуальность, предмет и задачи курса «Менеджмент культуры». Обзор источников и литературы.

Раздел 1. Сфера культуры и технология менеджмента. Культура, сфера культуры и менеджмент. Система механизмов менеджмента. Необходимость технологического представления менеджмента. Административно-организационный механизм. Экономический механизм. Работа с персоналом. Информационный механизм. Проблема обеспечения единства механизмов менеджмента. Особенности менеджмента в сфере культуры. Сфера культуры как сфера услуг. Проблема единства механизмов менеджмента в сфере культуры. Опыт и итоги административных нововведений в сфере культуры России. Эволюция технологии менеджмента. Компетентность современного менеджера и гуманитарная культура.

Раздел 2. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры. Государственное регулирование в сфере культуры. Возможные роли государства в управлении сферой культуры. Международные акты и отечественное законодательство по культуре. Органы государственного управления сферой культуры. Информационное обеспечение управления в сфере культуры. Негосударственная поддержка социально-культурной сферы. Спонсорство, благотворительность, патронаж. Цели и формы спонсорства. Благотворительность: проблемы и организация. Некоммерческие организации, фонды. Источники финансирования работы учреждений культуры: бюджетные (бюджет текущего содержания и финансирование программ по уровням бюджетообразования, возможность бюджетного финансирования непосредственно потребителя услуг в сфере культуры) и внебюджетные (средства доноров, спонсорские средства, гранты отечественных, зарубежных и международных фондов и организаций, собственные коммерческая деятельность и платные услуги и т. д.).

Раздел 3. Технология организационного и финансового обеспечения социально-культурной деятельности. Определение приоритетов поддержки и развития культуры: зарубежный и отечественный опыт. Американская модель: отказ от определения приоритетов. Постсоветская модель: научно обоснованные приоритеты. Общественно-государственная модель определения приоритетов. Культурные программы как метод управления. Роль,

значение и содержание культурных программ. Технология разработки и обеспечения реализации культурных программ. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников (фандрейзинг). Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга. Виды и размеры возможных субсидий. Контакты с потенциальными донорами. Специальные мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону. Анализ эффективности фандрейзинговой кампании. Разработка организационных документов (уставов, положений, должностных инструкций и т.д.).

Раздел 4. Технология планирования и работа с персоналом. Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования). Методы планирования. Аналитическое планирование. Элементы маркетинга. Нормативное планирование. Целевое обоснование планов. Планирование материального и финансового обеспечения (балансовые методы планирования). Планирование организационного обеспечения (матричный и сетевой планы). Система работы с персоналом. Персонал в сфере культуры и кадровая политика. Требования к работникам сферы культуры и проблемы их подготовки. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Требования к расстановке кадров. Оценка и аттестация. Переподготовка и повышение квалификации. Управление нововведением. Внешнее и внутреннее сопротивление нововведению. Управление сопротивлением. Принудительное нововведение. Адаптивное нововведение. Кризисное нововведение. Лидерство и стили руководства. Лидерство и социально-психологическое содержание руководства. Виды стилей руководства. Культура менеджмента и организационная культура фирмы.

Раздел 5. Менеджмент культуры Алтайского края. Формы управления художественных галерей и выставочных залов Барнаула (частных, открытых в торговых центрах, созданных при высших учебных заведениях и на базе муниципальных учреждений). Источники финансирования учреждений культуры Алтайского края (бюджетное и внебюджетное финансирование). Кадровое обеспечение профильными специалистами учреждения культуры Западной Сибири: деятельность факультета Искусств Алтайского государственного университета (подготовка бакалавров, магистров, кандидатов и докторов искусствоведения).

ПЕРЕЧЕНЬ

художественных галерей и выставочных залов Барнаула

Частные картинные галереи:

Арт-галерея Щетининых

656049, Барнаул, пр. Социалистический, 78. Тел.: (3852) 36-81-47

Эл. почта: shetinin@rol.ru

Официальный сайт: <http://www.shetinin-art.ru>

Дата открытия: 2003 г.

Инициатор создания: Щетинин Анатолий Прокопьевич – барнаульский живописец, член Союза художников России, член Центрального общества друзей Монголии, коллекционер, бизнесмен.

Картинная галерея «Кармин»

656056, Барнаул, ул. Л. Толстого, 16. Тел.: (3852) 26-07-20

Эл. почта: carmin.contact@mail.ru

Официальный сайт: <http://www.gallery-carmin.ru>

Дата открытия: 2005 г.

Художественная галерея «Турина гора»

656049, г. Барнаул, ул. Димитрова, 85а. Тел.: (3852) 36-98-70,
36-98-71

Эл. почта: turinagora@mail.ru

Официальный сайт: <http://turinagora.ru/gal>

Дата открытия: 2002 г.

Инициатор создания: Москвитина Екатерина Олеговна – искусствовед

Арт-галерея «Бандероль»

656049, Барнаул, ул. Пролетарская, 139. Тел.: (3852) 22-61-02, 25-40-02

Эл. почта: gallery.banderole@gmail.com

Официальный сайт: нет

Дата открытия: 2009 г.

Инициатор создания: Наталья Тананушко, Алена Яшкина – коллекционеры, любители живописи

Галерея современного искусства «Sol»

656043, Барнаул, ул. Гоголя, 52. Тел.: (3852) 60-59-65

Эл. почта: gallerysol@mail.ru

Официальный сайт: <http://www.sol-gallery.ru>

Дата открытия: 2012 г.

Галереи, открытые в торговых центрах:

Галерея современного искусства «Проспект»

656049, Барнаул, пр. Ленина, 39, торгово-офисный центр «Проспект», 4 этаж.

Тел.: 8-963-509-25-22, (3852) 28-21-08
Эл. почта: art@prospect22.ru
Официальный сайт: нет
Дата открытия: 2011 г.
Куратор галереи: Анна Ломоносова-Тайшина

Галерея «Республика Изо»
656010, Барнаул, ул. Космонавтов, бг, торгово-выставочный комплекс «Республика»
Эл. почта: respublikaizo@mail.ru
Официальный сайт: нет
Дата открытия: 2012 г.
Куратор галереи: Вадим Климов – журналист

Галереи и выставочные площадки, открытые при высших учебных заведениях:

Галерея современного искусства «Универсум» при факультете искусств Алтайского государственного университета
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66. Тел.: (3852) 36-63-96, 36-63-28
Эл. почта: stm@art.asu.ru
Сайт: <http://www.asu.ru>
Дата открытия: 2003 г.
Инициатор создания: Степанская Тамара Михайловна – доктор искусствоведения, профессор

Выставочный зал в центре культуры Алтайского государственного политехнического университета им. И.И. Ползунова
656038, Барнаул, пр. Ленина, 46

Выставочный зал центра культурно-массовой работы Алтайской государственной педагогической академии
656031, Барнаул, ул. Молодежная, 55, ауд.509. Тел.: (3852) 38-84-64
Зав. выставочным залом: Пешкова Любовь Альбертовна

Выставочный зал Алтайской государственной академии культуры и искусств
656055, г. Барнаул, ул. Юрина, 277

Выставочные залы, созданные на базе муниципальных учреждений:

Выставочный зал Алтайской краевой организации Всероссийской творческой общественной организации «Союз художников России»
656002, Барнаул, пр. Ленина, 111. Тел.: (3852) 61-18-49
e-mail: sh-altai@mail.ru
Официальный сайт: <http://www.altaikraiart.ru>

Павильон современного искусства «Открытое небо» при центральной универсальной молодежной библиотеке им. В.М. Башунова
656049, г. Барнаул, ул. Чернышевского, 55. Тел.: (3852) 36-92-50,
35-48-87

Эл. почта: gmblib@mail.ru

Сайт: <http://libgmb.ru/opensky.html>

Дата открытия: 2003 г.

Выставочный зал «Ритм» при библиотечно-информационном центре «Барнаул»

656050, Барнаул, ул. Георгия Исакова, 230 а. Тел.: (3852) 22-61-47

Эл. почта: lib-35@mail.ru

Дата открытия: 2011 г.

Инициатор создания: Степанская Тамара Михайловна – доктор искусствоведения, профессор

Выставочный зал Алтайской краевой универсальной научной библиотеки им. В.Я. Шишкова

656038, г. Барнаул, ул. Молодёжная, 5. Тел.: (3852) 38-00-29

Эл. почта: akunb@mail.ru

Сайт: <http://akunb.altlib.ru>

Выставочный зал при Центральной городской библиотеке им. Н.М. Ядринцева

656002, г. Барнаул, Калинина, 10. Тел.: (3852) 61-69-08.

Эл. почта: lib18@city-lib.ru

Вопросы к зачету

1. Система управленческой деятельности. Механизмы управления в сфере культуры.
2. Сфера культуры: виды деятельности, организации, особенности менеджмента.
3. Вклад сферы культуры в социально-экономическое развитие и профессиональное самоопределение работников культуры.
4. Источники финансирования деятельности учреждений культуры.
5. Понятие и значение фандрейзинга.
6. Этапы фандрейзинговой кампании.
7. Государственное регулирование поддержки и развития культурной деятельности: зарубежный и отечественный опыт.
8. Глобализация и развитие культуры региона.
9. Определение приоритетов развития сферы культуры.
10. Некоммерческие организации сферы культуры: виды, роль и значение.

11. Спонсорство, патронаж и благотворительность. Мотивы и формы сотрудничества, проблемы развития.
12. Традиционная и массовая культуры: особенности менеджмента.
13. Технология разработки региональных культурных программ.
14. Аналитические методы планирования. Ситуационный и маркетинговый анализ.
15. Учет и отчетность в сфере культуры: роль, виды и организация.
16. Контроль в управлении учреждением культуры.
17. Культура руководства: содержание, функции, критерии.
18. Культура делового общения. Национальные и этнические деловые культуры.
19. Социально-психологические функции руководства.
20. Мотивация творческой деятельности. Мотивация и ответственность.
21. Персонал и специалисты в сфере культуры, требования к их компетентности, формы подготовки.
22. Формы управленческой деятельности в сфере культуры Алтайского края.
23. Источники финансирования учреждений культуры Алтайского края.
24. Организационные формы художественных галерей и выставочных залов города Барнаула.

Примерные темы курсовых работ

1. Региональные культурные программы: технология разработки и источники финансирования (на примере Алтайского края).
2. Вклад сферы культуры в социально-экономическое развитие Алтайского края.
3. Перспективы развития галерейного дела в Алтайском крае.
4. Каталог художественных галерей Западной Сибири.
5. Культурное наследие региона – основа туристического развития Алтайского края.

Краткий словарь терминов

Антикварный рынок – рынок произведений искусства и предметов коллекционирования.

Арт-дилер – постоянно действующий на художественном рынке профессиональный покупатель и продавец произведений искусства.

Арт-менеджер – (англ. *art manager* от *art* – искусство и *manage* – хозяйство) – коммерческий деловой помощник художника,

вынужденного работать в условиях сложного, разветвленного рынка, разобраться в котором может только специалист.

Арт-рынок – тождественно понятию «художественный рынок» (см. определение Х.р.)

Аукцион (от лат. *auctio* – публичные торги; англ. *auction, public sale*), – продажа с публичных торгов, при которой товар или имущество приобретаются лицом, предложившим за них самую высокую цену.

Аукцион книжный – форма купли-продажи антикварно-букинистических книг.

Аукционер – потенциальный покупатель на аукционе.

Аукционист – человек, который ведет торги.

Аукционная галерея – галерея, регулярно устраивающая помимо выставок аукционы своих коллекций.

Аукционная цена – наивысшая цена, предложенная за товар на аукционном торге.

Аукционные правила – правила, в соответствии с которыми производятся поставка товаров на аукцион, продажа товаров с аукциона, оформление контрактов и получение приобретенных товаров.

Аукционный дом – фирма-аукционер, являющаяся посредником между продавцом и покупателем на художественном рынке.

Аукционный каталог – напечатанный типографским способом список всех предназначенных к продаже с аукциона предметов с точным описанием (иногда и с иллюстрациями), с указанием степени сохранности, специальной литературы и назначенной цены.

Биеннале – художественная выставка современного искусства, проходящая один раз в два года.

Галерея (итал. *galleria*) – специально устроенное помещение для обозрения произведений искусства; государственное, общественное или частное предприятие, постоянно занимающееся экспонированием, хранением, изучением и пропагандой искусства. В зависимости от статуса и поставленных задач может вести коммерческую деятельность. В ряде случаев – синоним музея (Третьяковская Галерея; Галерея Тейт в Лондоне).

Галерист (от англ. *gallery* – галерея) – профессионал-искусствовед, владелец или сотрудник коммерческой художественной галереи, организующий постоянные или временные коллекции, выставки и продажи определенных видов произведений искусства, ведающий их экспертизой, атрибуцией, рекламой, популяризацией и т.д.

Заочный бид – услуга, которую предоставляют большинство российских и зарубежных аукционных домов покупателям, которые не могут (или не хотят) присутствовать на аукционе лично.

Покупатель указывает организаторам аукциона заинтересовавший его лот и максимальную цену, которую он готов за него заплатить, торги от его имени ведет аукционист.

Куратор (лат. *curator*) – попечитель, опекун, лицо, которому поручено наблюдение, присмотр за ходом определённой работы или цикла работ.

Маркетинговая экспертиза – экспертиза художественного произведения, в задачу которой входит оценка рыночной стоимости произведения на момент экспертизы.

Перфоманс – сценическое художественное представление, временами, включающее музыку, живопись, скульптуру.

Провенанс (франц., *provenance* – происхождение, источник) – история бытования предмета или картины, его происхождение и перемещения после того, как он покинул мастерскую художника.

Топ-лот (англ., *top* – верх, высшая ступень) – наиболее значимый по художественным качествам и/или самый дорогой предмет на аукционе.

Художественный рынок – система культурных и экономических отношений, определяющих сферу предложения и спроса на произведения искусства; денежную стоимость произведений искусства; а также специфические виды услуг, связанные с обслуживанием этого рынка.

Эстимейт (англ. *estimate* – «оценка, определение стоимости») – ориентировочная цена, точнее, ценовой диапазон, в пределах которого аукционный дом рассчитывает продать данный лот.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Вариант 1

1. Фандрейзинг – это:
 - а) Технология «выспрашивания» денег
 - б) Привлечение средств на некоммерческие проекты
 - в) Работа по привлечению инвесторов
2. Проблема «бизнес и культура» – это:
 - а) Вопросы сотрудничества бизнеса и культуры
 - б) Деловая активность в сфере культуры
 - в) Культура бизнес-процессов и управления ими
3. Цель (цели) проекта – это:
 - а) Основные задачи
 - б) Описание желаемого результата
 - в) Решение социально-значимой актуальной проблемы

4. Средства госбюджета, выделяемые на деятельность в сфере культуры, могут получать:
 - а) Только государственные учреждения и организации
 - б) Частные лица и инициативные группы
 - в) Общественные организации
5. Определение приоритетов поддержки и развития сферы культуры это задача:
 - а) Органов власти
 - б) Общественных организаций
 - в) Работников культуры

Вариант 2

1. Разработка проектов начинается с:
 - а) Определения целей
 - б) Выявления актуальных проблем
 - в) Поиска необходимых средств
2. Потенциальных спонсоров в проекте интересует прежде всего:
 - а) Получение прибыли
 - б) Получение дополнительных выгод
 - в) Рекламный потенциал проекта
3. Некоммерческая деятельность – это:
 - а) Невыгодная деятельность
 - б) Деятельность, осуществляемая некоммерческими организациями
 - в) Социально значимая деятельность, неосуществляемая на коммерческой основе
4. Фандрейзинг – это:
 - а) Обеспечение основных фондов
 - б) Обеспечение оборотных средств
 - в) Обеспечение зарплаты исполнителям
5. Условием успешного фандрейзинга является:
 - а) Хорошая реклама проекта
 - б) Хорошая репутация и привлекательный имидж организации
 - в) Большой круг личных знакомств

Библиографический список

Основная литература

1. Близнец И.А., Леонтьев К.Б. Авторское право и смежные права: учебник. М., 2010. 416 с.
2. Гавриленко Н.И. Основы маркетинга: учеб. пособие для вузов. М., 2007. 320 с.
3. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие. М., 2009. 544 с.
4. Экономика культуры: учебник. М., 2005.

Дополнительная литература

5. Бакирова Г.Х. Психология эффективного стратегического управления персоналом: учеб. пособие для вузов. М., 2008. 591 с.
6. Джефкинс Фрэнк. Реклама: учеб. пособие для вузов / под ред. Б.Л. Еремина. М., 2008. 543 с.
7. Ильин Г.Л. Социология и психология управления: учеб. пособие. М., 2010. 192 с.
8. Мартынов А.И. Культурогенез: учеб. пособие. М., 2008. 335 с.
9. Никитич Л.А. Культурология: учеб. пособие. М., 2009. 351с.
10. Степанская Т.М., Степанская Э.В. Методические рекомендации для составления научного аннотированного каталога художественной выставки. Барнаул, 2012. – 27 с.
11. Типология культуры: метод. указания для студентов фак. искусств. Барнаул, 2009. 23 с.
12. Ученова В.В. Реклама и массовая культура: служанка или госпожа? М., 2008. 248 с.
13. Швецов И.В., Вегенер Ю.С. Игра в рекламе: учеб. пособие для вузов / под ред. Л.М. Дмитриевой. М., 2009. 159 с.
14. Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. Основы рекламы. М., 2012. 521 с.

Статьи

15. Степанская Т.М., Степанская Э.В. Музеи – хранители культурного наследия региона // Мир науки, культуры, образования. Горно-Алтайск, 2012. № 1 (32). С. 28–30.
16. Черняева И.В. Источники финансирования учреждений культуры в современных условиях // Вестник алтайской науки. Барнаул, 2008. Вып. 3. С. 62.
17. Черняева И.В. Художественные галереи Западной Сибири, составляющие провинциального арт-рынка // Известия АлтГУ. 2012. №2/1. С. 180–182.

Документы

18. Конституция Российской Федерации: Основной Закон (1993) // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.
19. О вывозе и ввозе культурных ценностей: Закон РФ от 15 апреля 1993 г. №4804-1 // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.
20. О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации: Закон РФ от 26 мая 96 №54-ФЗ // Справочно-правовая система «Гарант», 2012.
21. О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12 января 1996 г. №7-ФЗ// Справочно-правовая система «Гарант», 2012.
22. О федеральной целевой программе «Культура России (2001–2005 гг.): Постановление правительства РФ от 14.12.00 №995 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». 2012.
23. Об авторском праве и смежных правах: Закон РФ от 09.07.93 №5351-1 // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.
24. Об авторском праве и смежных правах: Закон РФ от 09.07.93 №5351-1 // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.

25. Об образовании экспертного совета при Министерстве культуры Российской Федерации: Приказ Минкультуры РФ от 15 августа 2001 г. №879 // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.
26. Основы законодательства Российской Федерации о культуре: Закон РФ от 09.10.92 №3612-1 // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.
27. Положение об основах хозяйственной деятельности и финансирования организаций культуры и искусства: утв. Постановлением Правительства РФ от 26.06.95 №609 // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.
28. Указ Президента о присуждении Государственных премий РФ в области литературы и искусства, 2010 г. // Справочно-правовая система «Гарант». 2012.

Международные базы данных и рейтинги по искусству

Artunion.ru – справочник «Единый художественный рейтинг» Профессионального Союза художников.

ArtPrice.com – ежедневно на ArtPrice обновляется информация по результатам торгов более 2900 международных аукционных домов. На сайте также представлена База данных, содержащая сведения о 300.000 художниках, начиная с IV в. и до наших дней (живопись, графика, скульптура, фотография, инсталляции, мультимедиа и т.д.).

Invaluable.com – аукционный портал, на котором представлена информация по результатам торгов крупнейших аукционных домов мира. Есть каталог антикварных дилеров.

AntiquarTradeGazette.com – антикварный портал и журнал (Англия), на котором представлены каталоги крупнейших аукционных домов, горячие новости рынка, результаты торгов, индексы цен на произведения искусства, каталог европейских антикварных дилеров.

Guidemayer – база данных с результатами аукционных торгов и индексами цен на произведения искусства.

Andrew Marlborough – сайт, предоставляющий доступ к базе данных с индексами цен на произведения искусства.

FindArtInfo.com – на сайте представлена поисковая система по результатам антикварных аукционных торгов живописи и графики, скульптуры XIV–XX вв. Индексы цен на произведения искусства.

ArtSalesIndex.co.uk – английский сайт, предлагающий доступ к различным базам данных по искусству – каталог аукционных домов, индексы цен на произведения живописи, фотографии и т.д.

ArtFacts.net – арт-гид по миру современного искусства – он-лайн галереи, биографии художников, база данных, арт-рейтинги.

ArtNET – арт-портал, на котором представлены галереи живописи, новостной журнал, база данных с результатами аукционных торгов и многое другое. Платная база данных с результатами аукционных торгов (представлены торги 500 аукционных домов начиная с 1985 г., более 2,6 миллионов предметов искусства, 180000 авторов).

Gabrius – платная база данных с индексами цен на произведения искусства.

ExpoDataBase.com – база данных по международным выставкам, в том числе по тематике «Искусство и Антиквариат» (Art and Antiques).