

ТЕХНИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – СОФИЯ

IX-та НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ ”СЪВРЕМЕННИ ТЕХНОЛОГИИ В КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОТО НАСЛЕДСТВО”

Област: Съвременни средства и технологии за представяне. Персонализирано търсене и споделяне на обекти на културното наследство във виртуална, допълнителна и мултимодална среда.
Проблеми на авторските права.

ДОКЛАД

Социалната мрежа – алтернативната сцена за съвременния артист

Маг. инж. дизайнер Ивелина Даулова

РЕЗЮМЕ

Възможно ли е артистът да се продава успешно извън галерийното пространство? Заслужава ли си поетият риск от злоупотреба с портфолиото на всеки, решил да заяви и представи себе си като творец във виртуалната среда, достигайки до широката публика?

Докладът търси отговор на тези и други въпроси, свързани с възможностите и предизвикателствата, които предлагат социалните медии, разглеждани като маркетингови средства – част от глобалния пазар на изкуството.

Представени са плюсовете и минусите на различни социални платформи, за които освен силно портфолио са нужни и познания от сферата на арт мениджмънта.

Ключови думи: *социални медии, галерия, арт мениджмънт, маркетингови средства, портфолио, таргет данни.*

The social network - the alternative scene for the contemporary artist

MSc designer Ivelina Daulova

Summary

Is it possible for the artist to sell successfully his/her art outside the gallery space? Is it worth the risk of misusing the portfolio of anyone who decides to declare and present him/herself as an artist in the virtual environment, reaching the general public?

The report seeks to answer these and other questions related to the opportunities and challenges offered by social media, seen as a marketing tool – part of the global art market.

The pros and cons of various social platforms are presented, for which, in addition to a strong portfolio, knowledge in the field of art management is also needed.

Key words: *social media, gallery, art management, marketing tools, portfolio, target data.*

Увод

Развитието на света, като естествен и неминуем процес, променя светоглед, възприятия, поведение, действие и взаимодействие на човека. Този прогрес засяга всеки и благодарение на заложената ни адаптивна черта, без значение от кое поколение са, хората намират начин, макар и с различно темпо, да се приспособят към непрекъснато променящите се условия във всяка една област на живота.

Проследявайки развитието на изкуството още от праисторическите времена, може да се заключи, че този акт на „творческа“ изява е започнал своето еволюционно развитие много преди появата на „по-важните“ в живота сфери.

Стигайки до днес, когато всеки артист има пълната свобода да изрази себе си – както желае и **където** желае. И точно тези необятни възможности носят бремето на „правилния“ избор.

Въпросите, стоящи пред много творци, са как да станат разпознаваеми в публичното пространство, къде да изложат творбите си и как успешно да ги продават. А отговорите се намират все по-често в обхвата на социалните мрежи.

Изложение

Социалните медии отдавна влияят до голяма степен бизнеса в изкуството. Според списание *Gotham Magazine*¹ само за вече далечната 2016-та година повече от 80% от продажбите на изящно изкуство са се осъществили онлайн, като половината от тях – посредством платформата **Instagram**.

На артистите се предоставя възможността да се свържат директно с публиката. Чрез социалните мрежи те могат да създадат една „по-лична“ връзка с потребителите, което да допринесе за популяризирането на тяхното изкуството и увеличаване кръга от потенциални купувачи.

Все повече творци предпочитат да развиват онлайн присъствието си, пред това да плащат комисионни на галерии. Инвестирайки време и усилия в представянето на творбите си в социалните медии, артистът поема ролята и на куратора и на дилъра. Това, разбира се, е процес изискващ придобиване на допълнителни знания в сферата на арт мениджмънта и изучаване на тънкостите на различните социални платформи за успешен дигитален маркетинг.

Финансирането на бъдещи проекти също поема различен курс благодарение на мрежата. Вече съществуват сайтове като **Kickstarter** (*американска корпорация за обществени ползи, която поддържа глобална платформа за финансиране, фокусирана върху творчески проекти*) или **Indiegogo** (*платформа за финансиране на технологични продукти, както и арт проекти, кампании за социално въздействие и проекти за екологични иновации*), където всеки артист може да представи проекта си и споделяйки линк към него в социалните платформи, които използва, да получи дарения и нужното финансиране от неговите последователи и не само.

Силата на социалните медии е в бързото споделяне на информация, когато артистът има зад гърба си убедително портфолио, което да вълнува хората, набирането на популярност може да стане толкова стремглаво, колкото и събирането на средства за следващи проекти, намиране на работа, възлагане на поръчки, както и откриване на съмишленици и други вдъхновяващи артисти.

Ползите и възможностите, които предлага онлайн представянето на артиста са безспорни, но не и гарантирани. Много творци остават разочаровани от горчивия си опит със социалните мрежи. В стремежа си да изградят стабилно онлайн присъствие и връзка с публиката, често се оказват погълнати от платформата, която използват, отделяйки повече време за „маркетинг“, от колкото в творчески процес. С течение на времето се натрупва напрежение, дали всяка нова творба ще удовлетвори дадените последователи. Освен това „постването“ не гарантира купуване. Много често, въпреки многобройните фенове и лайкове, артистът не успява да продаде нищо от работите си. Друг

¹ Art of the city A to NYC: The art of the deal – B: Gotham Magazine, бр. 3, 2016, с. 36-38.

недостатък, отбелязан от много творци, отказали се да „играят играта“ на социалните мрежи, е непрекъснатото сравнение с всички останали хора на изкуството, които са в дадена платформа, поради същите причини – достъп до широката публика и безплатен маркетинг. Освен това някои забелязват влошаване на работния процес и на изкуството, което правят, притиснати от очакванията към тях – да публикуват редовно, за да не изгубят последователи. Съществен проблем се оказва и защитата на авторските права. Качена веднъж в дигиталното пространство, една творба може да бъде многократно копирана, плагиатствана или дори променена. Това би могло да бъде контролирано до известна степен с поставянето на воден знак, което в същото време би променило цялостното впечатление от изображението.

И въпреки изброените недостатъци много артисти, срещнали трудности при промотирането си в социалните медии, не се от казват да ги използват като маркетингово средство. Опитвайки се да постигнат желания успех с това, което творят, изучавайки правилата на дигиталния мениджмънт.

Едно от основните правила при изграждането на маркетинговата стратегия е изборът на **правилната платформа**. Всяка една платформа е специфична за себе си и трябва да бъде съобразена с персоналност, арт бизнес и целева група. Едни от най-предпочитаните социални мрежи за промотиране на изкуство са *Instagram*, *Behance* и *Facebook*.

Instagram събира най-много потребители. Най-визуално фокусираната от всички социални платформи, където може да се видят работите на художници, илюстратори, аниматори и 3D творци. Недостатък е задължителният квадратен формат на споделяните файлове, както и невъзможността за добавяне на допълнителни линкове към изображенията в пълния им вид.

Behance е специално създаден за рекламиране директно пред агенции, клиенти и сътрудници. Въпреки че няма големия потенциал за „фенска“ маса като *Instagram* и социалното взаимодействие е по-ограничено, платформата е подходяща за графични дизайнери, арт и креативни директори.

Facebook остава най-използваният сайт за социални медии сред всички възрасти, средно с 1,65 милиарда активни потребители месечно. Едно от предимствата е възможността за споделяне на кратки видеа на процеса на работа например. Недостатък е нуждата от допълнително плащане за по-често появяване на публикации, свързани с реклама и продажби.

Важна стъпка, след избора на правилната платформа, е създаването на стабилен профил, включващ възможно най-много професионална информация, име, опит, уебсайт, онлайн магазин или страница, връзки към всички социални медии и творчески общности където присъства артистът.

Следва **качеството** и **количеството** на споделените творби да бъдат добре съобразени и осмислени. Честотата на публикуване зависи от аудиторията, която не бива да губи интерес. Освен това честота на публикациите варира между различните платформи, например² – процентът на ангажираност във Facebook е с 18 % по-висок в четвъртък и петък.

Различните платформи имат различни силни страни, затова когато се използват **заедно** имат най-голямо въздействие. Някои артисти чрез страницата си във Facebook, насочват хората към канала си в YouTube.

Когато става въпрос за **печалба** е добре да се избягват директни продажби, като най-добрият начин, вместо да се продава активно, е да се увеличава органично аудиторията, да се създаде обратна връзка между артист и последовател. Точно последователите са хората, които разпространяват и увеличават популярността на твореца, посредством своите споделяния. По този начин именно бива забелязан Instagram профилът на пластичния артист Дан Лам³ (Dan Lam) от певицата Майли Сайръс (Miley Cyrus), която се свързва с нея за конкретна поръчка, това се оказва нужният трамплин за популяризирането на скулпторката, предвид 134-те милиона последователи на певицата в Instagram. Благодарение на социалната мрежа, от преподавател в обществен колеж, Дан Лам достига до участие в известното изложение за изкуство – *Art Basel*.

Поеме ли се веднъж по пътя на дадена стратегия за дигитален маркетинг, тя не трябва да се приема за окончателна. Напротив – всичко в тази сфера подлежи на обсъждане. Регулярното **тестване** на следваната тактиката, позволява да бъде отсято и запазено само това, което работи и дава резултати. Следенето на **таргет данни** е полезен похват за проследяване какво генерира най-много кликания, споделяния, отговори и т.н. Колкото по-висока е ангажираността на потребителите, толкова по-голяма е вероятността за продажби или потенциални поръчки.

Заклучение

Светът на изкуството се променя и ролята на социалните медии е все по-осезаема. Това не отхвърля вече установения ред за пътя на един артист. Галерийните пространства и „живият“ контакт с почитатели и съмишленици са безспорни в своята важност и преимущество. Но социалните платформи могат да бъдат тласъка към желания успех. Силно портфолио, информираност, надграждане на знанията за дигитален маркетинг, постоянство, анализ на резултатите и търпение са ключовите предпоставки. Възможно е едни да успеят,

²Julia Sagar (*ImagineFX*) 09. 20. 2018. 5 golden rules for social media strategy. – В: <https://www.creativebloq.com> [online]. 2018. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.creativebloq.com/advice/5-golden-rules-for-social-media-strategy>

³Breakthrough Artist of 2016: Dan Lam's Strangely Captivating Sculptures. – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. 2016. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.artworkarchive.com/blog/breakthrough-artist-of-2016-dan-lam-s-strangely-captivating-sculptures>

други – не, но провалът е част от пътя, важен е опитът, който ще бъде натрупан. А той ще бъде безценен, защото социалните медии вече променят днес и утре.

Литература

1. 5 Reasons Why Artists Fail with Social Media (And How to Succeed). – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.artworkarchive.com/blog/5-reasons-why-artists-fail-with-social-media-and-how-to-succeed>
2. Alyson Stanfield Shares Her 10 Best Art Marketing Tips. – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.artworkarchive.com/blog/alyson-stanfield-shares-her-10-best-art-marketing-tips>
3. Art Marketing 101: How to Promote Your Art. – В: <https://www.format.com> [online]. 2021. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.format.com/magazine/resources/art/how-to-promote-your-art>
4. Breakthrough Artist of 2016: Dan Lam's Strangely Captivating Sculptures. – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. 2016. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.artworkarchive.com/blog/breakthrough-artist-of-2016-dan-lam-s-strangely-captivating-sculptures>
5. Berez, Katya. Understanding the Contemporary Art Market Ecosystem. – В: <https://katyaberez.com> [online]. 2020. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://katyaberez.com/2020/02/11/art-market-ecosystem/>
6. Can you be a successful artist without social media. – В: <https://artandprosper.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://artandprosper.com/can-you-be-a-successful-artist-without-social-media/>
7. Carter, Dom. Social media for artists: A lifeline or a curse?: As some artists jump ship, top creatives debate the side effects of social media. – В: <https://www.creativebloq.com> [online]. 2018. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.creativebloq.com/features/social-media-for-artists-a-lifeline-or-a-curse>
8. Carton, Anne. Artist's Digital Marketing Guide: How To Develop An Effective Art Marketing Strategy? – В: <https://www.designhill.com> [online]. 2020. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.designhill.com/design-blog/artists-digital-marketing-guide-how-to-develop-an-effective-art-marketing-strategy/>
9. Do Artists Need to be on Social Media? – В: <https://evolveartist.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://evolveartist.com/blog/do-artists-need-to-be-on-social-media/>
10. Heimkreiter, Anna. All the Reasons Why Social Media Is Bad for Artists. – В: <https://www.wherewonderwaits.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.wherewonderwaits.com/social-media-is-bad-for-artists/>
11. How Social Media is Changing Our Art Experience. – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от:

<https://www.artworkarchive.com/blog/how-social-media-is-changing-our-art-experience>

12. Martin, Naomi. How Social Media Is Shaping Art – The Impact of an Instagram Obsessed Culture. – В: <https://magazine.artland.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://magazine.artland.com/how-social-media-is-shaping-art-the-impact-of-an-instagram-obsessed-culture/>

13. May, Tom. Social media tips: Unmissable advice for artists and designers: These professional social media tips will help you gain work this year. – В: <https://www.creativebloq.com> [online]. 2020. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.creativebloq.com/advice/social-media-tips>

14. Nishiyama, Christine. Don't Make Art for Likes: Social Media Pros and Cons. – В: <https://might-could.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://might-could.com/essays/social-media-for-artists-make-art-for-you-not-likes/>

15. Phillips, Brad. How Instagram Is Changing the Art World: The app has made me more successful than ever, but at the expense of my art. – В: <https://www.vice.com> [online]. 2016. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.vice.com/en/article/zn8ezy/how-instagram-is-changing-the-art-world>

16. Piper, Daniel. How to market yourself on social media: 4 top tips from digital artist Loish: Get more from social. – В: <https://www.creativebloq.com> [online]. 2021. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.creativebloq.com/news/loish-vertex-2021>

17. Sagar, Julia. (ImagineFX) 09. 20. 2018. 5 golden rules for social media strategy. – В: <https://www.creativebloq.com> [online]. 2018. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.creativebloq.com/advice/5-golden-rules-for-social-media-strategy>

18. Saltz, Jerry. Is There Great Art on Instagram?. – В: <https://www.vulture.com> [online]. 2014. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.vulture.com/2014/12/saltz-great-instagram-art.html>

19. Social Media Marketing for Artists | Free eGuide. – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.artworkarchive.com/blog/social-media-marketing-for-artists-free-eguide>

20. Which Social Media Channel is Right for Your Art Business?. – В: <https://www.artworkarchive.com> [online]. [Прегледан 01/12/2021]. Достъпно от: <https://www.artworkarchive.com/blog/which-social-media-channel-is-right-for-your-art-business>