

Laikmetīgās mākslas patērēšanas īpatnības Latvijas Mākslas akadēmijas ikgadējā JARMARKĀ

Jeļena Budanceva

Rīgas Stradiņa universitātes doktorantūra

Rīgas Stradiņa universitāte, Humanitāro zinātņu katedra

Ievads. Moderno sabiedrību, sākot jau no 20. gadsimta 60. gadiem, vairāki autori (piemēram, Ē. Froms, Ž. Bodrijārs, P. Burdjē) definē kā patērēšanas sabiedrību (*consumption society*), kuru raksturo gan iepirkšanās kā brīvā laika pavadīšanas veids, gan iepirkšanas kultūras attīstība. Daži autori, piemēram, Stīvs Mailzs, atzīmē, ka tieši patērēšana un patērēšanas stils nosaka indivīda dzīves stilu un tiem ir lielāka nozīme nekā, piemēram, sociālajam stāvoklim. Patērēšana ir arī kultūras dzīves neatņemama sastāvdaļa: kultūrā tiek izmantotas mārketinga metodes, ne tikai lai noteiktu patērētāja vajadzības, bet arī lai “izdomātu” tās.

Mākslas jomā patērēšanas nozīme atspoguļojas gan straujā lielāku pasaules mākslas izsoļu apgrozījuma pieaugumā, gan arī mākslas darbu iepirkšanā mazajos tirdziņos un galerijās. Latvijā viens no interesantākiem notikumiem no mākslas patērēšanas viedokļa ir Latvijas Mākslas akadēmijas (LMA) ikgadējā JARMARKA, kur tiek izstādīti pārdošanai LMA studentu un pasniedzēju darbi. Šis pasākums ar katru gadu ir arvien labāk apmeklēts, lai arī cenas paliek arvien augstākas. Tas liecina par noteiktu cilvēku interesi par laikmetīgo mākslu, kaut arī laikmetīgā māksla bieži vien tiek skaidrota kā konceptuālā un saprotama tikai mākslas profesionāļiem. Tādējādi ir svarīgi izpētīt JARMARKAS apmeklētājus un saprast, kas ir laikmetīgās mākslas patērētājs Latvijā, cik viņš ir gatavs maksāt par mākslu un kādas vēl kultūras parādības viņu interesē.

Darba mērķis, materiāls un metodes. Pētījuma mērķis ir noskaidrot mākslā ieinteresētu cilvēku dzīvesveidu un kultūras paradumus un noteikt patērētāju attieksmi pret Latvijas laikmetīgo mākslu. Pētījuma objekts ir Latvijas mākslas darbi, kas ir radīti, sākot ar 20. gadsimta 50. gadiem.

Pētījumā tika izmantota kvantitatīva pētījuma metode – apmeklētāju anketēšana, kas tika veikta Latvijas Mākslas akadēmijā no 2013. gada 19. līdz 29. decembrim. Kopumā tika aptaujāti 154 respondenti. Respondenti tika izvēlēti pēc nejaušās izlases principa, anketā tika iekļauti dažāda tipa jautājumi. Anketas tika izdalītas latviešu un krievu valodā.

Rezultāti. Pētījuma rezultātā tika iegūti šādi informācijas bloki: apmeklētāju paradumi kultūras patērēšanā, iepirkšanās un veselības jomā; apmeklētāju nostādne un interese par Latvijas laikmetīgo mākslu; apmeklētāju gatavība pirkt mākslas darbus, kā arī demogrāfiskie dati.

Secinājumi. Pašlaik notiek datu apstrāde ar *SPSS Windows* un iegūto rezultātu analīze, kas tiks prezentēta RSU Zinātniskajā konferencē.