

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»

Факультет гуманітарних наук

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота

освітній рівень – бакалавр

на тему: **«Проблеми та перспективи розвитку сучасного українського
художнього ринку (у порівнянні із досвідом Заходу)»**

**«Problems and Development Prospects of the Modern Ukrainian Art Market (in
Comparison with the West Experience)»**

Виконала:

студентка 4-го року навчання,
напряму підготовки
034 Культурологія
Андреєва Поліна Андріївна

Керівник:

Кандидат культурології,
старший викладач
Павліченко Надія Валеріївна

Рецензент:

кандидат соціологічних наук, старший
викладач,
кафедра прикладної соціології та
соціальних комунікацій
ХНУ імені В.Н.Каразіна
Калашнікова Аліна Олександрівна

Київ - 2021

Зміст

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. АРТ-РИНОК ЯК ФЕНОМЕН. ІСТОРІЯ ЙОГО ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	8
1.1 Теоретичні засади вивчення формування і розвитку арт-ринку	8
1.2. Концепт «арт-ринок». Процеси розвитку арт-ринку, які вплинули на український ринок мистецтв	12
1.3 Унікальний мистецький продукт. Нестандартні процеси ціноутворення.	20
РОЗДІЛ 2: АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВ УКРАЇНСЬКОГО СУЧАСНОГО АРТ-РИНКУ.....	28
2.1. Роль колекціонерів та галерей на культурно-економічній арені України	28
2.2. Аналіз головних проблем сучасного українського арт-ринку в порівнянні з розвиненим художнім ринком Заходу.....	41
2.3 Аналіз потенціалу українського сучасного арт-ринку.....	49
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	60
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

Актуальність роботи. Події в житті українського суспільства, що відбулися наприкінці 80-х – на початку 90-х років ХХ століття (крах комуністичного тоталітарного режиму, розпад Російської імперії під назвою СРСР, набуття Україною державної незалежності), стали початком глибоких зрушень в усіх сферах життєдіяльності українського народу: економічній, політичній, соціально-культурній. На зміну державній власності прийшла приватна, а з нею – комерційні засади в господарстві, на зміну диктатурі – розвиток демократичних інститутів громадянського суспільства; на зміну рівності – соціально-класове розшарування. Істотних перетворень зазнала й сфера художньої культури, зокрема мистецтво.

Мистецтво набуло «нових» ознак, трансформувалися його методи та стилі, змінилося місце художника у суспільстві. У свою чергу, в часи глобалізаційних процесів, розвиток сучасного художнього ринку в Україні почав формуватися та розвиватися. Сьогодні арт-ринок визначають як соціально-економічний і культурно-історичний феномен, задля забезпечення злагодженої роботи якого необхідно залучення своєрідних агентів ринку, таких як: художник, галерист, мистецтвознавець, менеджер, арт-дилер, колекціонер, куратор, чиновник, економіст, правник, законодавець, фінансист. Таким чином, маємо не просто художню середу, а економічну галузь, що виступає важливим аспектом у становленні арт-ринку в Україні. Цілком природньо, що ці процеси стали предметом різноманітних наукових досліджень.

Актуальним є аналіз головних проблем українського арт-ринку, визначення шляхів вирішення цих питань та виявлення потенціалу України у контексті мистецько-ринкового простору. Порівняльний аналіз українського художнього ринку з розвиненими ринками Заходу є необхідним для більш глибокого розуміння становища ринку, формування світової позиції українського

мистецтва, можливих шляхів розвитку української мистецької сфери. Актуальність даного дослідження впливає з вище названих обставин.

Ступінь наукової розробки. Художній ринок виступає актуальною темою для дослідження на міжнародному рівні. Так, арт-ринок досліджували різні вчені: П. Асолін (Італія), П. Бурд'є, Ф. Кремікс (Франція), (В. Лапшин, А. Артюнова (Росія). Праці, які присвячені розвитку історичних мистецтв: роботи Н. Дмитрієвої, К. Вьормана, І. Грабаря, О. Андрєєвої, Б. Віппера, М. Доброклонського, Ю. Колпінського. Соціологічному методу дослідження мистецтва завдячуємо філософам та культурологам, таким як А. Флієра, М. Алпатова, Ю. Давидова, Л. Когана, М Кагана. Наукові доробки у галузі сучасного стану функціонування мистецтва знаходимо у роботах О. Аронсона, Х. Ортеги-і-Гассета, Б. Тейлора тощо. Ринок образотворчого мистецтва вивчений такими дослідниками як Ю. Автономова, О. Долгіна, Р. Шульга тощо. Серед українських дослідників слід відзначити О. Авраменко, Н. Павліченко, А. Калашнікову, О. Петрову. Завдяки різноплановості культурологічних, соціологічних, економічних досліджень отримуємо низку визначень арт-ринку, підходів у розвитку мистецької сфери.

Попри наявність значної кількості різноаспектних досліджень доводиться констатувати брак узагальнюючих праць, які б віддзеркалювали цілісну картину змін, що відбулися та відбуваються в художньому ринку України кінця ХХ – початку ХХІ століття. Цим і зумовлений вибір теми кваліфікаційної роботи: «Проблеми та перспективи розвитку сучасного українського художнього ринку (у порівнянні із досвідом Заходу).

Мета дослідження – наукове осмислення та теоретичне узагальнення розвитку художнього ринку незалежної України у порівнянні з країнами Заходу.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких **завдань**:

- проаналізувати стан вивчення досліджуваної проблеми;
- розглянути особливості розвитку сучасного світового та українського художніх ринків;

- узагальнити науково-теоретичні та методологічні підходи щодо дослідження визначеної проблеми;
- виявити джерельну базу дослідження;
- з'ясувати культурно-історичні умови, що спричинили трансформації в художній культурі України;
- здійснити аналіз головних проблем сучасного українського арт-ринку;
- охарактеризувати шляхи вирішення проблем розвитку арт-ринку України;
- окреслити потенціал художнього ринку України.

Об'єкт дослідження – сучасний український художній ринок.

Предмет дослідження – еволюція художнього ринку в незалежній Україні.

Джерельну базу дослідження становлять різнопланові підходи вивчення дослідження проблем арт-ринку, інтернет-ресурси, виставки, звіти аукціонів, каталоги.

Методи дослідження. Відповідно до поставлених завдань застосовані методи: *теоретичний* – для аналізу та узагальнення філософської, соціологічної, історичної, культурологічної та мистецтвознавчої літератури; *мистецтвознавчий* – при розгляді та аналізі конкретних художніх творів, тематики, жанрів та тенденцій у творчості; *порівняльний* – для окреслення трансформаційних процесів сучасного образотворчого мистецтва порівняно з попередніми десятиліттями; *історичний* – дає можливість визначити характер змін в українській художній культурі періоду Незалежності. Історіографія допомогла осмислити феномен арт-ринку, що надало можливість цілісно, з позиції сучасного наукового судження описати, для прикладу, історію розвитку західного художнього ринку та осмислити деякі аспекти вихідних та визначних умов становлення і розвитку арт-ринку України.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що:

- узагальнено трансформаційні процеси художнього ринку України;
- досліджено вплив суспільно-політичних процесів у державі на стан та еволюцію художнього ринку;
- уточнено зміст поняття та термінів, які характеризують художній ринок («арт-ринок», «художник», «арт-консультант», «арт-галерей», «колекціонер» тощо);
- проаналізовано розвиток художнього ринку України у порівнянні з західними країнами впродовж двох останніх десятиліть
- виявлено потенціал розвитку українського сучасного арт-ринку.

Структура і обсяг дослідження. Кваліфікаційна робота складається з вступу, двох розділів та додатків, списку використаних джерел (52 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 71 сторінка.

РОЗДІЛ 1. АРТ-РИНОК ЯК ФЕНОМЕН. ІСТОРІЯ ЙОГО ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

1.1 Теоретичні засади вивчення формування і розвитку арт-ринку

Вивчення формування і розвитку арт-ринку проводилося багатьма дослідниками з різних точок зору. До прикладу, Гай К. виділяє праці Н. Дмитрієвої, К. Вьормана, І. Грабаря, О. Андрєєвої, Б. Віппера, М. Доброклонського, Ю. Колпінського, які «присвячені історії розвитку образотворчого мистецтва, становлять джерельну базу для дослідження історичних особливостей його ринкового побутування»¹.

Соціологічному методу дослідження мистецтва завдячуємо філософам та культурологам, таким як А. Флієр, М. Алпатова, Ю. Давидова, Л. Когана, М. Кагана. З історичного аспекту досліджень ринкових відносин можна згадати концепцію арт-критика Клементя Грінберга, який називає ринок головним інститутом у світі. Грінберг звертає увагу на всеохоплюючу глобалізацію і стверджує, що стан мистецтва зосереджується на двох аспектах: музей та ринок.

На думку іншої арт-критикині та журналістки Жюдїт Бенаму-Юе², художній ринок називається «явищем постмодерної епохи, однією із форм сучасного суспільства споживання, що не пов'язано зі справжньою природою продукту, який споживається. Арт-ринок є новим способом заповнювати власне дозвілля»³.

С. Русаков у праці «Феномен арт-ринку як проблема сучасної культурології» наголошує: «ідея поширення економічних принципів на некомерційний сектор, зокрема на мистецтво, уперше з'явилась у 1967 р. у праці засновника маркетингу

¹ Гай К. Арт-ринок України кінця XX – початку XXI ст./ 2012. – №6 (108). – С.1195-1200.

² Бенаму-Юе Ж. Цена искусства / Жюдит Бенаму-Юе. М. : Артмедиа Групп, 2008. 192 с. С.19.

³ Там само, С.31.

Ф. Котлера «Маркетинг-менеджмент». Ця думка отримала розробку, яка підтвердила маркетинг у якості невід'ємного елемента некомерційних організацій. Біля джерел поєднання маркетингу зі сферою культури стояв Франсуа Колбер (Колбер, Нантель, Билодо, & Дз, 2004)»⁴.

На думку французького соціолога та філософа П. Бурд'є, становлення твору мистецтва та твору, як символічного блага, сформували поле для теорії чистого мистецтва - «мистецтва для мистецтва»⁵. Тут мистецтво виступає як простий товар і як чистий знак «створеним чисто символічною інтенцією та призначеним для символічного присвоєння, тобто для безкорисливої насолоди, що не зведено лише до простого матеріального володіння»⁶.

Так, П. Бурд'є звертає увагу на те, що художній ринок у сучасній культурі представляє собою ринок «символічної продукції».

З урахуванням різних методів дослідження феномену арт-ринку отримуємо групу досліджень зарубіжних авторів, зокрема американських, британських, італійських, французьких, російських тощо. Методи вивчення арт-ринкових аспектів складаються з аналітичних праць із зверненням до основних фігур сфери (арт-дилерам, кураторам, музейникам, аукціоністам) та загальноохоплюючої характеристики.

До прикладу, італійський автор П. Асолін, французький письменник Ф. Кремікс та куратор відділу мистецтва XIX ст. Метрополітан Музею у Нью Йорку Р. Рабінов окреслили основну діяльність головних гравців на художньо-економічному полі.

У цьому ж ключі виступає стаття російського дослідника В. Лапшина⁷ «Художній ринок у Росії кін. XIX — поч. XX ст.», де вперше було розглянуто

⁴ С. Русаков. «Феномен арт-ринку як проблема сучасної культурології». // КУЛЬТУРОЛОГІЧНА ДУМКА 2019. Вип. 16. С. 176.

⁵ Бурд'є П. Рынок символической продукции / веб-сайт: URL: <http://bourdieu.name/fr/book/export/html/51> (дата звернення: 04.06.2021)

⁶ Там само.

⁷ Лапшин В.П. Художественный рынок в России конца XIX начала XX в. / В.П. Лапшин //

феномен арт-ринку з культурологічної та мистецтвознавчої точок зору. Роботу Лапшина варто охарактеризувати як найвигідніший комплексний та всеохоплюючий підхід у вивчення арт-ринку.

Діяльність філій на арт-просторі як арт-дилерів, бієнале та аукціонів досліджували О. Сидор-Гібелінда та О. Чепелик.

До аналітичних досліджень відносимо роботу англійського мистецтвознавця Брендона Тейлора «Актуальне мистецтво»⁸, де висвітлюються основні процеси арт-ринку за останні три десятиліття. Він виділяє роль музею та галерей, особливості кураторської діяльності. Автор також зосереджує увагу на таких питаннях: перебування класичного мистецтва у реаліях сучасного арт-ринку; взаємозв'язок ринкової та художньої діяльності.

Завдяки різноплановості культурологічних, соціологічних та економічних досліджень отримаємо низку визначень арт-ринку, до яких відносяться спроби окремих авторів та інші формулювання в академічному просторі. Щодо авторських спроб варто згадати французьку дослідницю в сфері соціології та історії мистецтв Реймонд Мулен, яка пояснює арт-ринок як: «місце, де завдяки якійсь таємничій алхімії благо культури стає твором»⁹.

Ринок мистецтва, за визначенням А. Артюнової, – це «одна з тих сфер художнього життя, що викликає найбільші суперечки як у людей, безпосередньо до неї залучених, так і у спостерігачів зі сторони. Авторка вважає, що арт-ринок – це є не стільки механізмом купівлі-продажу творів мистецтва, а є простором, де зіштовхуються економіка, філософія, мистецтво та соціологія. Цей феномен дає можливість поміркувати про цінності мистецтва, дозволяє переглянути історію взаємин двох світів: мистецтва та грошей, розібратися у чинниках, за якими

⁸ Тейлор Б. Актуальное искусство 1970—2005 / Брен-дон Тейлор. — М. : СЛОВО, 2006. — 256 с.

⁹ Moulin, R. (1987). *The French Art Market: A Sociological View*. New Brunswick: Rutgers University Press. p. 3. (Transl. by Arthur Goldhammer) (English, French). P.3.

колекціонери відчують потребу купувати роботи художників, а художники – винаходити альтернативні шляхи взаємодії з ринком»¹⁰.

Арт-ринок для російської дослідниці Н. Фатєєвої виступає «соціальною взаємодією між виробниками, поширювачами, споживачами продуктів художнього виробництва, що забезпечують задоволення потреби в естетичних переживаннях людини через систему товарно-грошових відносин»¹¹. Фатєєва не звертає уваги на важливий чинник у функціонуванні ринку мистецтв як-от інвестування у мистецтво.

В. Індутний, А.-К. Ласт, Д. Торсбі визначають арт-ринок як «систему культурних та економічних взаємин, які визначають сферу пропозиції та попиту на твори мистецтва, їхнє грошове оцінювання, а також специфічні види послуг, які пов'язані із його обслуговуванням»¹².

Російські дослідники Т. Момот та Д. Момот виділили два умовних етапи у процесі зародження та формування художнього ринку: до-ринковий і ринковий¹³. До-ринковий етап вчені означили, як існування двох суб'єктів арт-ринку – це споживач та виробник (митець). Він характеризувався поширенням дарів, дарування, які існували ще у давнину, базуючись на безоплатному переміщенні будь-якого предмета мистецтва. І другий етап, коли дари та дарування змінилися замовленнями.

По суті, арт-ринок, який є сьогодні, виник пізніше, у період переходу до ринкової економіки, коли у середині ХІХ ст. у мистецькій сфері відбувся перехід від системи замовлень до вільної ринкової купівлі-продажу.

¹⁰ Арутюнова А. Арт-рынок в ХХІ веке: Пространство художественного эксперимента. М.: Издательский Дом ВШЭ, 2015. 232 с. С. 5-7.

¹¹ Фатеева Н.А. Особенности становления арт-рынка в современных условиях: социологический анализ. Екатеринбург, 2008. – 20с. С.7.

¹² Індутний В.В. Ринки культурних цінностей: порівняльний аналіз. Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2014. № 1. С. 19-27.

¹³ Момот Т.В., Момот Д.Т. Інфраструктура ринку арт-індустрії: аналіз сучасної структури та функцій. Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. . № 2 (4), 2018. С.34-44.

Одним із небагатьох українських дослідників виступає Олеся Авраменко¹⁴, яка розглядає проблему традицій та перспективи розвитку пленерів в Україні.

Отже, сьогодні маємо ситуацію фрагментарного вивчення феномену арт-ринок. Питанням займалися американські, британські, італійські (П. Асолін), французькі (П. Бурд'є, Ф. Кремікс), російські (В. Лапшин, О. Чепелик, О. Сидор-Гібелінда, Аа Артюнова) дослідники. Праці, які присвячені історії розвитку історичних мистецтв: роботи Н. Дмитрієвої, К. Вьормана, І. Грабаря, О. Андрєєвої, Б. Віппера, М. Доброклонського, Ю. Колпінського. Соціологічному методу дослідження мистецтва завдячуємо філософам та культурологам, таким як А. Флієра, М. Алпатова, Ю. Давидова, Л. Когана, М. Кагана. Наукові доробки у галузі сучасного стану функціонування мистецтва знаходимо у роботах О. Аронсона, Х. Ортеги-і-Гассета, Б. Тейлора тощо. Ринок образотворчого мистецтва вивчений такими дослідниками як Ю. Автономова, О. Долгіна, Р. Шульга та ін. Однак, феномен українського арт-ринку вивчений не достатньо. Однією з причин є брак фундаментальних досліджень в Україні, зокрема – не існує жодної опублікованої монографії на цю тему.

1.2. Концепт «арт-ринок». Процеси розвитку арт-ринку, які вплинули на український ринок мистецтв

Сьогодні арт-ринок загалом прийнято вважати соціально-економічним та культурно-історичним феноменом, який містить у собі систему товарного обігу артефактів – художніх продуктів та засоби їх поширення, а також перерозподілу культурних цінностей у суспільстві. Ринок мистецтв давно зайняв важливе місце у

¹⁴ Авраменко О. Енвайронментальний простір художніх пленерів. Сучасне мистецтво: наук. зб. / Ін-т проблем сучас. мист-ва Акад. мист-в України. К.: Фенікс, Вип. VII, 2010.. С. 7—28.

макроекономіці, ставши одним із вагоміших продуктів товарного ринку. Саме тому до проблематики даного явища зверталися економісти, проте аналіз ринку мистецтв потребує й культурологічної точки зору.

Аналізуючи арт-ринок на прикладі західної цивілізації, можна відзначити етапність його розвитку. На думку дослідниці Н. Павліченко, початок розвиненого арт-ринку припадає на період Європейського Ренесансу – у XIV столітті суспільство вже визнавало статус митця. На відміну від нових загальноприйнятих стандартів відносно художньої діяльності – раніше художник виступав ремісником. За словами Павліченко, «митці вважалися другорядними виконавцями, значущою була лише технічно-культурна майстерність витворів»¹⁵. Бачимо, який відбувся переворот у культурному середовищі. Від ситуації, коли ціноутворення на витвори мистецтва залежало лише від витрат самого митця, чи складності виконання, до періоду становлення художника у суспільстві і появи перших цехів та гільдій.

Культурологиня Т. Бадинова вказує, що перші торговельні операції з творами живопису можна віднести до XV століття (епоха Відродження), у часи, коли з'являється станкова картина, виконана художником для вільного продажу¹⁶. Часи, коли художники були залежні від меценатів, замовників та мистецтво розвивалося локально.

Антикварна торгівля, як самостійна галузь, існувала вже у XVII столітті, «але повний її розвиток почався лише у другій половині XVIII століття»¹⁷. Водночас, Т. Бадинова зазначає, що спочатку в її сферу входила покупка та продаж старих книг, потім з'явилася організована торгівля картинами і творами декоративно-прикладного мистецтва. Центром мистецького життя у другій половині XVII століття був Амстердам, де зародився публічний аукціон, як

¹⁵ Павліченко Н.В. Художній ринок як культурологічний та економічний феномен // Магістеріум. Культурологія. 2017. Вип. 68. С.72-75.

¹⁶ Бадинова Т.В. Этапы становления художественного рынка в культуре России: СПб., 2004. 191 с. С.43.

¹⁷ Энциклопедический словарь. В 86 т. Т. 1. С. 83.

основний вид торговельної операції для продажу художніх цінностей. А до середини XVIII сторіччя великі художні аукціони стали проводитися у Лондоні та у Парижі¹⁸.

Н. Фатєєва у роботі «Арт -ринок як соціокультурне явище» підкреслює роль художнього ринку, яка зростає по мірі розвитку капіталізму. Таким чином, з середини XIX століття відбувається монополізація художнього ринку, акцент зміщується на посередників – людей, які скуповують та перепродають твори мистецтва. Аудиторія починає орієнтуватися на моду і ринковий успіх художників. Відповідно, помічаються зрушення в культурній сфері, що зумовлені переходом від системи замовлень до вільного ринкового акту купівлі-продажу. Утилітарні потреби суспільства стали другорядними.

Ліквідація прямої залежності художника від замовника привела до виникнення різних спеціалізованих інститутів (мистецтвознавства, художньої критики, експертиз, галерей тощо), що впливають як на думку публіки, так і на саме мистецтво, у художній оцінці все більша роль починає приділятися думці фахівця, «знавця»¹⁹. Сьогодні арт-ринок функціонує за подібними системами. Художники та їхні твори мистецтва, які більше освячені модою, продаються значно краще та швидше за витвори великих геніальних митців.

Н. Павліченко розуміє художній ринок як економічну категорію товарно-грошових відносин, де товаром стають твори образотворчого мистецтва або мистецькі продукти, якими є твори образотворчого мистецтва, що мають символічну цінність, підлягають продажу і стають товаром художнього ринку та частиною світового ринку. Таким чином, маємо не просто художню середу, а саме галузь економіки з унікальністю продукту продажу як такого та його особливості в процесі ціноутворення, що й вирізняє художній ринок серед усіх інших.

¹⁸ Бадинова Т.В. Этапы становления художественного рынка в культуре России: СПб., 2004. 191 с. С.45.

¹⁹ Там само. С.50.

Далі дослідниця Надія Павліченко згадує британського вченого Єна Робертсона, який у своїй праці «Розуміння міжнародних арт-ринків і менеджменту мистецтва» (*Understanding International Art Markets and Management*, 2005)²⁰ наводить шість аспектів, що вирізняють художній ринок серед інших:

- 1) На художньому рівні неможливо зіткнутися з однорідними акціями, як на фінансових ринках. Художні вироби унікальні, а, відтак, ступінь заміненості практично дорівнює нулю.
- 2) Акції належать ряду інвесторів, а художній твір монополістам.
- 3) Різниця періодичності транзакцій. На фінансових ринках – майже безперервно, а на арт-ринку – раз у кілька десятків років.
- 4) Відмінність мистецького твору - у неможливості встановлення довгострокової прогнозованої ціни.
- 5) Зберігання та обслуговування художнього твору потребують значно більших витрат, ніж для цінних паперів.
- 6) Мистецтво не гарантує позитивні грошові дивіденди, лише обслуговування і страхування.

Таким чином, отримуємо зовсім інакшу форму функціонування ринку мистецтв, в рамках якого діє набір правил, які не пристосовані для будь-якого іншого ринку, наприклад, фінансового. Серед основних відмінностей можна виділити унікальність продукту, оригінальні додаткові агенти, нестандартні процеси ціноутворення.

До прикладу діяльності додаткових агентів згадаємо Оксану Прінус – арт-консультантку, експертку в області сучасного мистецтва, засновницю онлайн-школи для сучасних художників. Вона проводить освітні лекції в закритому арт-

²⁰ Robertson I. *Understanding International Art Markets and Management* / Iain Robertson. – Routledge, 2005. – 296 p. pp. 6-7.

клубі Artsster у Києві, консультує художників і колекціонерів²¹. На інтерв'ю з художницею Діаною Лариною для «Умбра Медіа»²², арт-консультантка відповіла, хто такий арт-консультант і в чому полягає його робота:

«Арт-консультант займається підбором творів мистецтва для колекціонера, як ріелтор, займається підбором нерухомості. Але при цьому, колекція – це портрет, що відображає внутрішній стан, історію, світогляд колекціонера... Колекція – дзеркало колекціонера, і тут, завдання консультанта підходити до підбору творів як психолог, мати тонке чуття і відмінний смак».

Такі галузі діяльності, котрі з'являються у часи глобалізаційних процесів, свідчать про колосальний розмах потенційно-вигідних професій. Де арт-ринковий простір нині виступає платформою можливостей для людей, які вміють грамотно конвертувати здібності та знання у гроші. Так можна сказати про інші ринки, проте, як ми вже визначили, арт-ринок вирізняється серед інших своєю специфікою функціонування, унікальними гравцями, процесами ціноутворення тощо.

Новітній арт-ринок вирізняється своєю повною автономією, глобалізацією та поширеною культурною індустрією. Доречним буде згадати висловлювання А. Артюнової: «Саме мистецтво пододало мовні та культурні перепони швидше й спритніше, ніж це зробили література, кіно або інші сфери сучасної культури»²³. Отримуємо ситуацію суттєвого зрушення у сфері культури. Адже завдяки глобалізації відбулася демонстрація мистецтва масам.

Завдячуючи сьогоденним реаліям, також можна стверджувати, що арт-ринок ладен набувати освітнього характеру, так як надає можливості дослідження різноманітних культурологічних питань. Крім того, такий культурологічний

²¹ Тренды в современном искусстве: 5 вопросов арт-консультанту. веб-сайт: URL:<http://umbra.media/intervyu/trendy-v-sovremennom-iskusstve-5-voprosov-art-konsultantu/> (дата звернення 04.06.2021)

²² «Умбра Медіа». веб-сайт: URL: <http://umbra.media/> (дата звернення 04.06.2021)

²³ Арутюнова, А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента. Москва: Издательский Дом Высшей школы экономики.2015.

чинник дозволяє вивчати смислові аспекти творчості митців та споживачів, їх взаємодію із мистецькими процесами.

Так, дослідник художнього ринку С. Скатерщиков розглядає його з різних боків. По-перше, арт-ринок містить предмети мистецтва, квінтесенцію культур, спадщину націй, які охороняються державою та опікуються меценатами. По-друге, ринок став насиченим багатьма прагматичними і сфокусованими на комерційній вигоді суб'єктами арт-ринку. Вони експлуатують для власної фінансової вигоди громадський інтерес до предметів мистецтва і ретельно захищають свої фінансові вигоди у сфері приватного підприємництва – арт-індустрії²⁴. Це зумовлено тим, що для забезпечення злагодженої роботи цілого ринку необхідне залучення різносторонніх кадрів, таких як: художник, галерист, мистецтвознавець, менеджер, чиновник, економіст, правник, законодавець, фінансист, які будуть розглянуті у наступному розділі.

Говорячи про українські реалії прийнято вважати, що сучасне мистецтво в Україні народилося у 1987 році. Відтак, 80–90-ті роки виступають найціннішими і найбільш динамічними, адже у цей період спостерігається накопичення мистецтва, що, на жаль, згодом було вивезене за кордон. Також можна виділити періодизацію падіння і підйому арт-ринку: з 2005–2006 років відбувалася велика прогресія українського арт-ринку; із урахуванням обставин 2014 року – ринок пав; з 2016-17 рр. і на зараз він повільно підіймається... За різними оцінками експертів, станом на 2019 рік вважається, що вартість робіт підіймається на 15% щороку.

Історичне знищення СРСР допомогло андеграундному мистецтву України вийти у світ, коли на зміну «квартирників» почали створюватися перші арт-простори та галереї²⁵. З'явилося більше можливостей та арт-простору для художнього розвитку. Важливу роль у становленні українського арт-ринку

²⁴ Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства / С. Скатерщиков и др; под. ред. С. Скатерщикова. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006. 224 с.

²⁵ Крупенина Л.В. Арт-галерея как модератор художественной среды города // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Философия. Культурология. Политология. Социология. 2013. Т.24 (65). № 3. С.150 - 155.

відіграла поява такого арт-простору як галерея, яка вирізняється своєю етапністю розвитку. На початку виникнення додаткових площадок для культурної діяльності мали імпульсивний характер. На розгляд соціологині А. Калашнікова періодом зрушень є: «1995 рік - відбулася професіоналізація підходу до створення галерей, а з 2000 року виник Києвоцентризм, де відбувається координація роботи галерей у столиці України»²⁶. Відтак, у 1995 році спостерігаємо започаткування Асоціації арт-галерей України, яка намагалася поєднати різноманітні творчі об'єднання задля забезпечення розвитку конкурентоспроможних взаємин з митцями, спонсорами, мистецтвознавцями.

А. Калашнікова пропонує визначати арт-галерею як «основного посередника на вітчизняному художньому ринку» та вважає його «кінцевим етапом інституціоналізації ринку образотворчого мистецтва», однак сьогодні галереї дуже слабо застосовують сучасні маркетингові методи, притаманні на світовому арт-ринку²⁷. Україна у 1990-х роках дійсно стала на шлях розвитку арт-ринку, проте тоді не вистачило потрібних навичок та досвіду для встановлення комунікативної складової між художниками та іншими агентами арт-ринку.

Перші позитивні зміни на українському арт-ринку спостерігалися на початку XXI століття, коли у 2006 році відродилися арт-акції в «Українському домі» (зокрема, міжнародна художня виставка-ярмарок «Арт-Київ», 2006 р.) а у 2007 році пройшов «Великий скульптурний салон».

Класичний варіант характеристики будь-якого ринкового ситуативу – це поєднання двох елементів: попит та пропозиція. Існує певна соціальна замовленість на якісь практики та існує комерційна відповідь, яка ці практики пропонує. Пропонує у вигляді обміну, комерційної пропозиції. І в будь-якому разі це регулюється саме питаннями самоорганізації, тобто питаннями того, яким

²⁶ Калашнікова А.О. Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві. Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2015. 211 с. С.98.

²⁷ Там само.

чином уявний екстериторіальний, агрегований арт-ринок по суті і функціонує і формує сам себе.

Сьогодні в арт-ринковій ситуації, мистецтво можна виділити як річ, яка завжди конвертується в комерційну матеріальну конкретику. Будь-який твір в комерційному сенсі можна зважити, визначити його ціну, і, відповідно, він може фігурувати на цьому уявному арт-ринку, як елемент продажу, як товар. Відбувається ситуація складності, де говорячи про арт-ринок, ми стикаємося з таким типом товарів, який є кардинально відмінним.

Відповідно характеризуємо арт-ринок як самоорганізуючу систему, яка функціонує за певними правилами та закономірностями, які визначаються соціумом та характером того, як ми існуємо. Україна знаходиться у таких географічних та соціально-локальних умовах, які відсувають нас до маргінесу. Доволі традиційною є точка зору, що в Україні та взагалі українського арт-ринку як такого не існує.

Кураторка і мистецтвознавиця Катерина Рай висловлюється так: «Український арт-ринок – немов би зачароване коло. З одного боку, у людей немає грошей і їм не до інвестицій у мистецтво. З іншого боку, вони неосвічені та некультурні, не розуміють, як можна в нього інвестувати»²⁸.

Отже, можна сказати, що експертами арт-ринок визначається як соціально-економічний та культурно-історичний феномен із системою товарного обігу артефактів. Художній ринок розвивається поетапно. Унікальність арт-ринку серед інших ринків характеризується декількома чинниками: унікальність продукту, оригінальні додаткові агенти, нестандартні процеси ціноутворення. Арт-ринок може слугувати площадкою для освітніх процесів, надання можливостей дослідження різноманітних культурологічних питань. Український сучасний арт-

28 Рай К. Адамовский А: «В Украине есть художники мирового уровня». 2019. веб-сайт. URL: https://lb.ua/culture/2019/05/31/428373_ukraine_hudozhniki_mirovogo.html (дата звернення: 04.06.2021)

ринок тільки формується і програє у розвитку західному. Це зумовлено багатьма історичними та культурологічними факторами.

Філософія О. Зайченко²⁹ вказує на різницю зародження та формування українського арт-ринку з європейським та американським. Арт-ринок Заходу сформувався за рахунок арт-дилерів та колекціонерів – меценатів. На відміну від цього, український арт-ринок формується за рахунок поєднання протилежного – офіційних творчих спілок та руху андеграунду. Саме через це, на думку авторки, правила арт-ринку західних держав не працюватимуть у нашій країні, єдине, що вони можуть - діяти у вигляді своєрідних вітчизняних трансформацій. Сьогодні спостерігається тенденція до появи кураторства, що є досить новим явищем в українському мистецтві.

1.3 Унікальний мистецький продукт. Нестандартні процеси ціноутворення.

Однією з головних складових арт-ринку є унікальний мистецький продукт. Тому розглянемо продукт культурної продажі, роль та функції мистецького твору на ринку мистецтв.

Сьогодні художник виступає першою складовою у ланцюгу арт-ринку та, безумовно, виробником мистецького продукту. Митців умовно можна поділити на два типи: комерційні та некомерційні. Тип комерційного художника представляє людина, яка створює свій мистецький продукт не орієнтуючись на покупця, або свідомо ігнорує, не намагається догодити та часто провокує. А комерційний художник упорядковує свої знання у сфері мистецтва та орієнтується в

²⁹ Зайченко О.Г. Особливості становлення співробітництва художника з галеристом в умовах формування вітчизняного арт-ринку // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2016. № 4. С.79-85.

інформаційному просторі. Така людина розуміється у тенденціях та вміє вчасно повернути до себе увагу.

Прикладами мистецтва некомерційного художника є інсталяція «Драбина» японської художниці Йоко Оно³⁰ – твір мистецтва, який важко уявити у практичному застосуванні або знайти місце у розумінні такої форми твору (додаток 1). Іншим же виступає інсталяція китайського митця Ай Вейвєя «Стіна з рюкзаками», створена для закликання боротьби із корупцією у Китаї, через яку було скасовано будівництво великої кількості шкіл, внаслідок чого загинули діти (додаток 4). При такому підході художники все одно стають багатими та комерційно успішними, стають «зірками» мистецького світу. Спочатку вибудовуються черги на виставки, а згодом і черга покупців.

Щодо другого типу художника – це професіонали, яких некомерційні художники зневажливо кличуть ремісниками. Їхня діяльність чітко зорієнтована на здобуття прибутку і вони завжди уявляють свого потенційного покупця, орієнтуючись на нього. Серед українських митців можна виділити скульптора Олега Пінчука з його скульптурами тварин із бронзи (додаток 6,7), чи Євгенію Гапчинську, яка у свій час потрапила у смаки та так звану інфантильну моду, коли люди прагнули солодкого життя. На комерційних художників завжди існує мода. Адже самий примітивний споживач – людина зовсім не пов'язана із світом мистецтва – зможе впізнати творчість таких художників як Є. Гапчинська (роботи у додатку 8). Проте мода на те й мода, що з'являється та проходить, і рідким є явище, коли подібні художники залишають слід у мистецтві і про них пам'ятають крізь роки. Наприклад, модні та популярні художники, які продавалися дорого в часи Вінсента ван Гога – зараз забуті, а ціни на їхні твори згодом стають меншими ніж при першому продажу.

³⁰ «Самая известная из неизвестных художниц»: Что нужно знать о Йоко Оно и её искусстве. веб-сайт. URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/entertainment/art/247165-yoko-ono> (дата звернення: 04.06.2021)

Повертаючись до художнього продукту, зазначимо, що його виробництво має специфічну внутрішню техніко-фінансову функцію, в межах якої художник-підприємець реагує на певний тип попиту своїм асортиментом продукції. Митець використовує технічні специфікації для формування ціни, через певні канали розподілу та через спеціальні місця зустрічей для споживачів та виробників.

Спробуємо висунути гіпотезу про твори мистецтва, як товари, що підлягають обміну (товари), шляхом більш широкої специфікації продукту – твору мистецтва, що визначається, перш за все, завдяки дуалізму капіталу – товарів споживання.

Насправді твір мистецтва не є капітальним товаром, оскільки капітал або непрямі товари – це ті, що в свою чергу використовуються для виробництва товарів безпосереднього споживання. Тому було б доречним класифікувати твір мистецтва з усіма його критичними проблемами як споживче благо з певними особливостями, що відрізняється цінністю, яка має тенденцію до збільшення з часом та необмеженою тривалістю. Незважаючи на критику цієї надзвичайної тенденції приділяти надмірну увагу фінансовим питанням і технічним аспектам мистецтва, слід зазначити, що багато аспектів художнього сектору, серед яких визначення ціни продажу товару, не пов'язані виключно з культурними факторами. Висунуте тут судження про художній твір як споживче благо дозволяє нам, серед іншого, внести ідею масового задоволення цим товаром та зробити мистецтво більш популярним.

Питання ціни на художньому ринку повинно вивчатися з урахуванням ролі, яку відіграє інформація та цінність у механізмі формування цін на твори мистецтва. Багато гуманітарних науковців досліджували цінність у мистецтві, та інформаційне питання в економіці вирішувалося навіть Нобелівськими преміями; однак, коли гуманісти вивчають цінність культурних благ, вони часто нехтують асиметричним інформаційним питанням серед агентів, тоді коли економісти вивчають інформацію асимілюючи питання, вони зазвичай ігнорують роль, яку

відіграє культурна цінність на ринку культурних товарів. Насправді культурні блага мають особливість втілювати як культурну, так і економічну цінність, а агенти, що діють на ринках культурних благ, зазвичай мають різний рівень доступної інформації щодо цих двох значень. Отже, ці два питання тісно пов'язані і не повинні вивчатися окремо. На сьогоднішній день мало хто з економістів культури розглядав два питання в одних і тих же рамках, використовуючи теорії з економічної та гуманітарної концепцій, але завжди без чіткого аналітичного підходу.

На художніх ринках, як і взагалі, ціна має подвійне значення: вона працює як показник вартості товару і є важливим інформаційним сигналом якості. Однак, під час вивчення ринку мистецтва цінність та інформація заслуговують на особливу увагу, враховуючи більшу кількість питань, якими слід займатися. З цієї причини розуміння механізму формування ціни на товари мистецтва є ключовим.

Амбруаз Воллар, відомий торговець картинами, наприкінці XIX століття заявив, що: «...Сама по собі картина немає ніякої ціни, вона не коштує рівно нічого, ні сантима. Це ми створюємо їй ціну»³¹. Розглянемо цінову політику на твори мистецтва.

Перша категорія творів мистецтва – найнижча – твори мистецтва до 5 тис. доларів. Згідно класифікації найбільшого торговельного майданчику в світі аукціонного дому Sotheby's, вона вважається найнижчою ціновою категорією. На цей сегмент припадає десь третина всіх продажів мистецтва в світі. Подібна ситуація відбувається і у сфері інтернет-продажів. Таке мистецтво спрямовано на покупця, який шукає інтер'єр для дому, офісу чи на колекціонера-початківця, що рідко починає свою діяльність одразу з великих сум. Такий порядок цін є найбільш можливим для продажу в Україні. Продажі вищих рівнів зараз знаходяться у стадії неможливості, а якщо існують, то надзвичайно рідко. Такий

³¹ Цит. за: Перов Ю.В. К истории взаимоотношений публики и художников // Философские науки. 1966. № 6. С. 67.

стан продажів на сьогоднішній день переважає у зв'язку з економічною ситуацією, з відсутністю еліт та багатьох інших факторів.

Друга категорія цінової політики на арт-ринку – твори від 5 до 50 тис. доларів, що виступає найпоширенішим сегментом на Заході. Це рівень цін мистецьких аукціонів, ціни на роботи художників-зірок місцевого або національного рівня, тобто це кістяк, на якому тримається обертання грошей на арт-ринку. Гроші, які належать меценатам та колекціонерам, що зумовлюють функціонування майданчиків сучасного мистецтва. Колекціонери в країнах розвиненого арт-ринку знають, що придбавши ряд творів сучасного мистецтва, вони підтримують сучасників, а також мають шанс вкласти гроші в свого потенційного митця-генія. Крім того, причиною обрання шляху колекціонування може слугувати жага підвищення соціального статусу. В Україні зірки шоу-бізнесу, кіно нерідко втискаються до культурного середовища, адже ставлення до колекціонера передбачає більшу повагу. Прикладом виступають прагнення верифікації через статус колекціонера репери Джей Зи та Кенйе Вест.

Третя категорія цін – ціна від 50 тис. доларів і вище. Порівнюючи із найнижчою категорією творів мистецтва, помічаємо, що де твір купується за умовних 100 доларів, то перепродаж може окреслюватися у 120 доларів. Тобто, відбувається повільне зростання ціни, що призводить до слабкого функціонування ринку. А у найвищій категорії цінової політики – зворотній механізм дії. Саме в цьому сегменті ціни зростають найшвидше. Така «несправедлива» реальність надцін викликає подив, проте має цілком логічне пояснення. Наприклад, як повідомляє «Art Ukraine», у травні 2018 року Sotheby's виставив на передпродаж картину Амедео Модільяні (1917) із оголеною жінкою, що лежить, за \$157 млн. – найвищою ціною за твори майстра в історії аукціону (додаток 5). Аукціонер відкрив торги зі \$125 млн, але на полотні в той же момент з'явився не аби який

попит. Остаточною, безвідкличною ставкою стали \$139 млн.³² У даному сегменті завжди відбувається гра на підвищення. У високих колах склалась традиція: мистецький твір подібного рівня – це надзвичайно дорога акція, котру придбали дорого і мусять перепродати ще дорожче, де після кожного такого перепродажу ціна має зростати. Аукціонні дома і аукціонери у вигляді колекціонерів підтримують стабільно високий рівень цін і стабільний їх зріст – це надає можливі гарантії для подальшого процесу купівлі-продажу.

На думку різних експертів, останні пів століття гарантійність товарів досягає 50 відсотків річних. Часто ціни підтримуються штучно. Часом самі колекціонери чи аукціонні дома через третіх осіб можуть викуповувати лоти, щоб не псувати їм репутацію фактом непродажу. Спекуляції існують на всіх ринках.

Розглядаючи мистецтво на ідеологічному рівні сприйняття, варто відзначити технологічний розвиток, який дозволив ідеально масово відтворювати відомі твори мистецтва: подібні до оригіналу з естетичної точки зору, але дуже різні з фінансової, матеріальної та культурної точок зору.

Великий інтерес до мистецтва вже спостерігався в минулому великими видавничими групами, які за допомогою таких інструментів, як відеокасети, ілюстровані інформаційні бюлетені та плакати, самостійно ввели твори мистецтва у сферу споживчих товарів. Сьогодні той самий результат був досягнутий і розширений завдяки інтернету, яким користуються аукціонні дома, музеї та приватні галереї. Подібним чином виставки, що проводяться у великих містах (наприклад, на Венеціанській бієнале та спеціалізованих виставках у Римі, Мілані та Флоренції), привертають сотні тисяч глядачів до культури, тим самим сприяючи масовому споживанню, хоча й іноді, творів мистецтва. Тоді в цьому сенсі твір мистецтва вже не є єдиним унікальним благом, а предметом загального споживання, задоволення від якого дозволено людям.

³² ART UKRAINE/ веб-сайт. URL: <https://artukraine.com.ua/n/kvartalniy-zvit-sotbi--nezvazhayuchi-na-bliskuchi-prodazhi-pributki-zmenshuyutsya/#.YJa6B6Fn2Uk> (дата звернення: 04.06.2021)

Таким чином, розглядаючи твір мистецтва як споживче благо зі своїми особливостями, воно як таке підлягає класифікації. Типові критерії, що використовуються для цього підрозділу можна ідентифікувати у даті виконання (наприклад, картини); це інструмент, який дозволяє елементарно розрізнити сучасні, сучасні та старі витвори мистецтва. Останні характерні для великого ринку антикваріату, який значною мірою відокремлений від ринку сучасного мистецтва і характеризується різними типами придбання-розподілу товару та різними факторами, що впливають на кінцеві ціни. Іншим елементом, що має велике значення для цілей чіткої ідентифікації та впізнавання активу, є специфічна художня тенденція. Це особливо стосується сучасних та старих творів мистецтва (достатньо подумати про поєднання художник-школа), хоча це не однаково захоплює для сучасних творів, де оригінальні та нові позиції (ті, що не вписуються в якусь точну традицію) позначати формулою «нового тренду».

Однак у повсякденному робочому контексті є деякі досить загальні спроби класифікувати сучасні твори за лініями абстрактних, неформальних, образних тощо. Наявність цих відмінностей може бути виправдана з дуже простої причини: на ринку високого рівня класифікація, заснована на художніх атрибутах творів, не має сенсу, тому художник ототожнюється зі своїм продуктом, а різниця між творами пов'язана безпосередньо з іменем художника.

Ринок на нижньому кінці шкали – це зовсім інша справа, де підпис все ще не став домінуючою ознакою, і де існує велика кількість споживачів з обмеженими знаннями, на яких можуть бути спрямовані лише елементарні класифікації.

Дослідник П. Бурд'є вказує, що становлення твору мистецтва як товару та поява пов'язаної з еволюцією у поділі праці численної категорії творців символічних благ, спеціально призначених для ринку, у якійсь мірі підготували ґрунт для теорії чистого мистецтва, тобто «мистецтва для мистецтва», встановивши розмежування між мистецтвом як простим товаром і мистецтвом як чистим знаком, створеним чисто символічною інтенцією та призначеним для

символічного присвоєння, тобто для безкорисливої насолоди, що не зведено лише до простого матеріального володіння³³.

Отже, у підрозділі було проаналізовано та визначено головні складові арт-ринку, а саме: унікальний мистецький продукт та нестандартні процеси ціноутворення. Встановили, що на художніх ринках ціна має подвійне значення: вона працює як показник вартості товару і є важливим інформаційним сигналом якості. Охарактеризували процес ціноутворення на мистецьку продукцію, виділивши у категорії: 1) найнижча – твори мистецтва до 5 тис. доларів; 2) твори від 5 до 50 тис. доларів; 3) ціна від 50 тис. доларів і вище. Визначили роль художника в арт-ринку та виділи різницю між комерційним та некомерційним митцем: Тип некомерційного художника – створення мистецького продукту, не орієнтуючись на покупця. А комерційний художник – професіоналізм: упорядкування знань у сфері мистецтва, орієнтується в інформаційному просторі, тенденціях, здатність вчасно привернути до себе увагу.

³³ Там само.

РОЗДІЛ 2: АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВ УКРАЇНСЬКОГО СУЧАСНОГО АРТ-РИНКУ.

2.1. Роль колекціонерів та галерей на культурно-економічній арені України

Український художній ринок варто окреслювати як ринок у стадії формування, який переживає постійні піднесення та падіння. Актуальним є розгляд глобальних проблем арт-ринку України. А. Барахвостова називає український арт-ринок «чимсь схожим на підлітка, який зіштовхується із першими викликами дорослішання, які супроводжують одночасно загальний стан невизначеності, пошук себе і намацування ефективної стратегії для комунікації із зовнішнім світом. У це проблемне поле «дорослішання» включений досить широкий спектр питань, починаючи від нерозробленості законодавства із закупівлі предметів мистецтва (яке логічно повинне було б стати першим кроком), закінчуючи фінансовою та моральною неготовністю покупця інвестувати кошти у твір мистецтва»³⁴.

Власник арт-центру «Я Галерея» Павло Гудімов характеризує сучасний художній ринок і галерейний бізнес як такий, що перебуває у кризовому стані: «Галереї почали закриватися ще до революції і до війни. Причин цьому багато: і криза, і незрозуміння, що робити далі. «Я Галерея» не є комерційним проєктом... функціонує на мої особисті кошти... Відповідно, незалежна від спонсорів, грантів

34 Украинский арт-рынок: что делать и куда идти? / веб-сайт. URL: <http://bestin.ua/culture/art/ukrainskij-art-rynok-cto-delat-i-kuda-iditi/> (дата звернення: 04.06.2021)

і т.д.... Ми – творча організація, яка працює і з художниками, і з «середовищем», і з музеями. Більшість наших проєктів – меценатські»³⁵.

Звертаючись до історичної зв'язки, отримуємо різні періоди розвитку мистецької діяльності на території України і, особливо, специфічний споживацький образ. Тобто кожний період формує свого споживача. Починаючи з періоду суверенної України у 90-ті роки країна характеризувалася колекціонерами-романтиками. Говорячи суто про українські реалії прийнято вважати, що сучасне мистецтво в Україні народилося у 1987 році – вкрай важливий період.

Павліченко Н.В. наголошує, що історія зародження арт-ринку починається з того моменту, коли за виконання мистецької роботи чи за художній твір митець отримав якусь винагороду³⁶.

Сьогоднішня ситуація на українському художньому ринку – це повернення до класичного типу «збирача». Особливості споживача напряму пов'язані з економічною складовою. Починаючи з 2010 року це стало дуже актуальним, зараз же є колекціонери, які збирають не заради мистецтва, а заради іміджу.

Р. Белк у роботі «Колекціонування у суспільстві споживання» дав визначення поняттю «колекціонування – як активному вибіркового процесу емоційного придбання та володіння речами, виключеними зі звичайного процесу використання, і є основою для створення набору предметів або неідентичних об'єктів досвіду»³⁷.

Аби зрозуміти роль колекціонера в Україні, спершу, варто зазначити, що з точки зору монетизації, країні не вистачає в першу чергу стабільної економіки, адже від стабільності з'являється колекціонери середнього класу. Сьогодні маємо картину, де відбуваються значні зрушення в українському арт-ринку, коли новий

³⁵ Пароваткина А. Арт-рынок во время войны: взгляд Павла Гудимова / Анна Пароваткина // Зеркало недели –. – № 45 (191). 2014. С. 16.

³⁶ Павліченко Н.В. Художній ринок як культурологічний та економічний феномен // Магістеріум. Культурологія. 2017. Вип. 68. С.72-75.

³⁷ Belk R.W. Collection in a consumer society. London & New York, 1965. P. 67.

клас колекціонерів – молоде покоління – починає розвиватися, проте арт-платформ та інших площадок для їхньої діяльності вкрай мало.

Наприклад, розглядаючи розвиток арт-ринку в країнах Заходу, наявна наступна внутрішня структура, запропонована арт-критикинею та журналісткою Ж. Бенаму-Юе³⁸: «Покупець – продавець – ЗМІ – фінансист – митець».

Ця структура працює, на думку авторки, за схемою отримання доходу та витягнення грошей «із чого завгодно, навіть з кричущого несмаку», причому участь у цьому приймають здебільшого «верхи» суспільства. Такий розвинений регіон із високим рівнем економіки, значним культурним накопиченням має присутні в ньому великі культурні центри.

Питання постає у тому, що у західних країнах на кшталт Франції чи Англії прослідковується пропаганда мистецтва: запрошення на вистави та ансамблі, нові виставки та інші культурні заходи ми бачимо вже на рекламних об'явах у транспорті, дошках оголошень чи у магазині. Туристичні помічники одразу видають до маршруту основні культурні центри. А де така діяльність в Україні? На сьогодні в країні не розвинена, а краще сказати, недооцінене інституційне середовище. Тобто проблема прослідковується у відсутності розуміння того, що підтримуючи культуру, суспільство ладне розвивати її, в результаті чого вона стане джерелом доходу.

Таку ситуацію спостерігаємо і в українських галереях, де попри різноманітність концепту, відвідування є безкоштовним. Така відмінність від західних закладів призводить до того, що галереї не отримують додаткових коштів на утримання. «Продаж квитків в Україні сьогодні є передчасним – він відлякує непідготовленого покупця від художнього прилавка», – відмічають критики³⁹.

³⁸ Бенаму-Юе Ж. Цена искусства / Жюдит Бенаму-Юе. М. : Артмедиа Групп, 2008. 192 с. С.19.

³⁹ Швагуляк-Шостак О. Галерейный бизнес – бизнес, где еще нет конкуренции веб-сайт. URL: http://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/galereynyy_biznes_biznes_gde_esche_net_konkurentsii (дата звернення: 04.06.2021)

Наприклад, у Франції чи Англії музеї та галереї приносять велику кількість грошей у бюджет країн. Попри дорогі шоу, які проводяться на різних культурних заходах, країни отримують більше аніж віддають, адже усі процеси підтримуються та інвестуються. Таким чином, сучасне мистецтво постає важливою частиною економічного процесу будь-якого регіону.

На думку Олега Тістола, висловлений у інтерв'ю для «Art Ukraine»:

«Європа – це усталений музей, художня історія якого не зупиняється. У нашої країни інший, пострадянський контекст, тож уся новизна з'являлася в нас із плином часу. Зараз ми повинні змінювати цю ситуацію, долати естетичну несправедливість. Міста мають отримати нове, зрозуміле широким колам обличчя. Люди повсякчас не розуміють справжнього призначення великих столиць – воно стосується обміну культурними меседжами»⁴⁰.

Проблема ідентифікації та можливостей проникнення українського мистецтва на світовий художній ринок є досі актуальною. Сьогодні зустрічаємо різні суперечки на тему того, чим є українське мистецтво і на скільки російсько-українське або східно-європейське мистецтво конкурентоспроможне. Багато колекціонерів висловлюють думку, що східно-європейське мистецтво не є цікавим та не представляє бажаного потенціалу. Відбувається ситуація, коли художник потрапляє у середовище розвиненого ринку – він стає «зіркою», а перебуваючи в умовах внутрішнього мистецького оточення – залишається у «тіні» та не може потрапити у світовий рейтинг. Попри все, як повідомляє DOJO: «одним з найважливіших зсувів стало відокремлення українського арту від російського в

⁴⁰ART UKRAINE. веб-сайт.

URL: <https://artukraine.com.ua/a/besida-z-olegom-tistolom-ta-sergiyem-svyatchenko/#.YJfPJ6Fn261> (дата звернення: 04.06.2021)

спеціальну секцію Contemporary East. До того українські лоти показувалися в розділі «Російські торги» (Russian Sale)⁴¹.

Український майстер експресивного мінімалізму Михайло Деяк в інтерв'ю для інтернет видання Artslooker пояснив яким, на його погляд, має бути сучасне українське мистецтво. «Думаю, що важливо, аби це мистецтво можна було б показувати у світових культурних центрах: Парижі, Лондоні, Нью-Йорку, не боячись звинувачень в повторенні, спекуляції на болючих темах, що потребують осмислення, а не простого транслявання. Мистецтво має бути складним та багатовимірним. На жаль, ми й досі залишаємося закритою країною. У світі вже давно існує глобальний арт-ринок, а у нас ряд художників, які виставляються та продаються лише в Україні. Для того, аби інтегруватися у глобальний культурний контекст нам потрібні меценати»⁴².

Колекціонерів мистецтва вкрай мало і вони не афішують свої колекції. Зустрічаються випадки, коли колекціонери купують роботу аби художник написав їм дарчу. Це зумовлено тим, що в країні погане законодавство щодо колекціонування. Воно зовсім не стимулює, адже за все придбане людина сплачує податок. До прикладу, в Америці податки списуються. Тобто, якщо колекціонер купує роботу музейного рівня – збирається експертна рада, яка оцінює, чи твір дійсно вартий залишитися в країні в якості національного скарбу. За таких обставин покупець, погоджуючись з умовами зберігання витвору мистецтва, надання його на виставки в музеї та інше, отримує «винагороду» у вигляді списування податку на суму придбання товару. Такий принцип співпраці з мистецтвом заохочує купувати та надає культурного статусу країні.

Серед українських колекціонерів безумовно є професіонали, такі як: галеристи, дилери, власники колекційних домів, які купують саме з метою

⁴¹ Найуспішніші українські художники, яких варто знати. веб-сайт. URL: <https://dojo.ua/najuspishnishi-ukrainski-khudozhnyku-iakykh-varto-znaty/> (дата звернення 04.06.2021)

⁴²Михайло Деяк: «Художники рідко думають про глядача. Ми – егоїсти, захоплені процесом». веб-сайт. URL:<https://artslooker.com/mihaylo-deyak-hudozhniki-ridko-dumayut-pro-glyadacha-mi-egoyisti-zahopleni-protsesom/> (дата звернення 04.06.2021)

перепродажу. Одним із найуспішніших серед колекціонерів в Україні вважається Ігор Воронов, кількість робіт в колекції якого сягає близько тисячі. Колекціонер часто виставляє роботи. Найдорожча робота колекції – твір «Український алфавіт» художника Павла Махова, яка коштує близько 60 тис. доларів.

Варто згадати Український Клуб Колекціонерів Сучасного Мистецтва, до якого входять: Zenko Афтаназів, Юрій Когутяк, Михайло Царьов, Андрій Адамовський, Володимир Шпільфогель, Борис Гриньов та Вадим Мороховський. Об'єднання прагне інтегрувати Україну у світовий культурний контекст та змінити внутрішню культурну політику країни. Таким чином, Клуб виступає за розвиток сучасного українського мистецтва не тільки на місцевому рівні, а й на міжнародному. До основних цілей і задач можна віднести: підтримка сучасних митців; проведення культурно-просвітницьких заходів; популяризація колекціонування; каталогізація сучасного мистецтва України; налагодження комунікативного аспекту в арт-ринковій системі.

Колекціонери в Україні часом хочуть допомогти молодим художникам, дати шанс виставитися вперше і «подивитися, що буде далі». Так сталося із вже відомим як на українському арт-просторі, так і на зарубіжному, митцем Петром Сметаною. Художника запрошували створити цілий зал для музею Кіпру – унікальний випадок, коли художника запрошують, платять великий гонорар, де він створює цілу експозицію. На той момент П. Сметана перебував у статусі студента Лісотехнічного інституту, і йому вдалося вирватися у «помітну зону».

В Україні професійних кураторів вкрай мало. Немає спеціалізованих закладів, які готують кураторів. Їм так само мало платять. Хоча куратори виставок – зовсім інакше, аніж арт-дилери. Вони часто можуть не перетинатися. Це люди, які дуже тонко відчують мистецтво та мистецькі течії, ладні розглянути в початківці потенціал, талант та підштовхувати його для створення нових виставок... Це зовсім інакший вид діяльності. На сьогодні ситуація змінюється на

краще. Якщо не враховувати різні регіональні музеї, в яких кураторами виступають директори музеїв (прикрий факт, який впливає на якість та на смаковий аспект сучасних виставок), то бачимо нові цікавіші підходи для створення виставок. Нові віяння та методи роботи на художніх платформах спостерігаємо у «Мистецькому Арсеналі», «PinchukArtCentre», де кураторів запрошують за кордон.

Розвиток українського художнього ринку напряму залежить від діяльності місцевих колекціонерів. Сьогодні наявною проблемою виступає робота колекціонерів-початківців, які звертають більшу увагу на сучасне мистецтво. Це відбувається з декількох причин, до прикладу: розуміння інвестиційної вигоди, прагнення приєднатися до певних класів, встановлення власного статусу тощо. Наразі з огляду випускаються дійсно важливі періоди. Тобто колекціонери мало зосереджуються на придбанні робіт 80-90-х років, що є найціннішим періодом українського сучасного мистецтва. Це зумовлено тим, що тоді ціни на мистецтво були низькими, і, відповідно, багато творів були вивезені за кордон. А для багатьох художників ці роки слугували часом їхнього активного професійного зростання. Але тут треба бути готовим до серйозних витрат у розмірі 30-40 тис. доларів. Втім, така колекція не вимагатиме активного управління і, що головне, розрахована на довгострокове зростання.

У контексті художніх тенденцій виділимо арт-галерею, яка є інстанцією для показу сучасних творчих концепцій і має спільні риси із музейною справою. Функції галереї включають в себе: зберігання, класифікацію, мистецтвознавчий підхід у вивченні художніх творів. Також арт-галереї можуть виступати додатковим дослідницьким простором для істориків, критиків.

Щоб прослідкувати та зрозуміти особливості галерейної діяльності в Україні як приклад розглянемо Art Ukraine Gallery, або AU Gallery – відносно молоду галерею, яка розпочала свою роботу восени 2016 року і за цей час встигла

організувати з десяток виставок та подій. Подібний аналіз дасть змогу краще зрозуміти етапність розвитку галерейної справи.

Засновницею галереї стала Наталія Заболотна, арт-куратор, колишній генеральний директор «Мистецького Арсеналу», комісар бієнале ARSENALE 2012, президент Фонду гуманітарного розвитку України. Тобто людина, обізнана у сфері культури, зі свідомою громадською позицією, яка має значний досвід в організації різноманітних арт-проектів. Крім того, Наталія Заболотна також є ініціатором платформи #SOSмайбутнє, яка займається залученням громади до збереження архітектурних пам'яток культури. Таким чином Art Ukraine Gallery є частиною великого культурного проекту, а по суті – місцем зустрічі, осередком, засобом популяризації ідей засновниці.

«Локація Art Ukraine Gallery під одним дахом об'єднує бренди Art Ukraine: наш журнал Art Ukraine, це Art Ukraine Foundation і власне Art Ukraine Gallery»⁴³. Співзасновником є Віктор Гріза, заслужений працівник культури.

У 2018 році AU Gallery змінила своє розташування і переїхала на вулицю Антоновича у Києві, де одночасно з переїздом провела одну зі своїх виставок «Більше ніж скульптура». Таким чином залучивши відвідувачів до нової локації. І хоча назва галереї залишилась та сама, візуально це два абсолютно різні культурні майданчики. З досить камерного, дещо «домашнього» чи краще світського простору галерея перетворилась на типовий сучасний виставковий простір – твори мистецтва, не більше. Якщо перший варіант був у стилі неокласики, обставлений меблями, з розкішним ремонтом, схожий на пентхаус, то теперішня галерея створена скоріше за принципом «Білого кубу» і має більш офіційний характер. Це говорить про якісний розвиток галереї.

AU Gallery – досить цікавий проєкт, адже основним задумом засновників було створити не лише галерею, а цілий осередок мистецької та інтелектуальної

⁴³Новий мистецький простір з'явився в серці столиці. веб-сайт. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=owQFLrwReUA> (дата звернення 04.05.2021)

діяльності. Наприклад, на відкритті галереї мала місце не лише виставка творів мистецтва, а й аукціон, форум, лекції та майстер-класи. Тобто фактично цей проєкт функціонує за принципом сучасних бієнале.

Art Ukraine Gallery була створена в рамках Art Ukraine Foundation, як одна із арт-локацій, осередок сучасного мистецтва. «Ми створили з групою однодумців Art Ukraine Foundation – це громадське об'єднання, яке торуватиме шлях для українського майбутнього, для українського мистецтва у прекрасне майбутнє», – зазначає у своєму інтерв'ю Наталія Заболотна⁴⁴.

Свою місію AU Gallery вбачає у «створенні потужного культурного осередку всеукраїнського та міжнародного значення, спрямованого перш за все на репрезентацію сучасних авторів, які створюють теперішнє мистецьке арт середовище та формують майбутні культурні тенденції»⁴⁵. AU Gallery – це також місце презентацій суспільних ініціатив та культурних комунікацій в цілому. У ній проходять різноманітні презентації, зустрічі та конференції громадських організацій.

Наприклад, у 2018 році члени молодіжної волонтерської організації, що розвиває лідерство серед молоді AIESEC мали змогу провести свій захід на території галереї. Тобто Art Ukraine Gallery – це не закритий простір мистецтва, а радше відкрита платформа культурної діяльності.

Простежити розвиток та досягнення галереї можна, спираючись на її роботу, а зокрема, на виставки та події, які відбулись під її дахом. Тут Art Ukraine Gallery можна без сумнівів назвати успішним мистецьким проєктом.

З 26 квітня по 5 червня 2017 року в галереї проходила виставка «Сон Гулівера» відомого українського художника сучасності Арсена Савадова. Кураторами виступили Наталія Заболотна та Дарина Мо Мот. «Сон Гулівера» – метафора однієї з картин, яка буде представлена на виставці. Вона об'єднує всі

⁴⁴ Там само.

⁴⁵ ART UKRAINE. веб-сайт. URL:<http://artukraine.gallery/art-ukraine-gallery/> (дата звернення 04.06.2021)

образи, відображені на інших полотнах, які могли би бути уві сні казкового персонажа. «Вічне пробудження» – лейтмотив, який концептуально об'єднує химерну реальність художника, занурену в летаргічний сон. Творчість Савадова – це вимір, у якому люди заглиблені у ситуативні пропозиції в передчутті пробудження, але ефемерний простір сну, що засліплює, повільно перетворюється на реальність, проступаючи на полотнах потоками фарби, що течуть донизу»⁴⁶.

Виставка представляла собою десять великих яскравих полотен художника. Дещо сюрреалістичні, вони були об'єднані спільним мотивом сновидінь. За концепцією, головною картиною виставки було зображення сплячого Гулівера, а інші твори – це візуалізація снів, які він бачив. Картини вражали своєю колористикою, легкістю зображення, певною ненав'язливістю та цікавою прив'язкою до сучасної України. Загалом виставка отримала багато позитивних рецензій, а також експонувалась в галереї NG Contemporary в Нью-Йорку.

З 16 по 29 листопада 2017 року в AU Gallery мала місце виставка одеського художника Олександра Ройтбурда «Галантна доба Просвітництва». Куратори: Наталія Заболотна та Дарина Мо Мот. Цю виставку назвали «найабсурднішою та найглибшою виставкою цієї осені»⁴⁷. Проєкт зводиться до масштабних полотен олійного живопису, на яких зображені відомі інтелектуали-мислителі у маскарадному стилі: Дідро, Декарт, Шопенгауер, Сковорода, Руссо, Лейбніц, Троцький, Ніцше та інші. У картинах Ройтбурда, дещо абсурдних і комічних, зустрілися різні історичні епохи, так що перед глядачем постало повне зміщення культурних кодів. «Галантна доба і доба Просвітництва це епохи, що історично перетікають одна в одну, але вони не тотожні. Для Галантної доби характерна куртуазність і легковажність, у той час як Просвітництво вибагливе та строге, до тієї міри, що поступово втрачає легкість і закінчується низкою революцій. Проте Галантна доба знімає багато табу, що і стало передумовою для появи доби

⁴⁶ ART UKRAINE. веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/сон-гуливера/> (дата звернення 04.06.2021)

⁴⁷ ART UKRAINE. веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/галантна-доба-просвітництва/> (дата звернення 04.06.2021)

Просвітництва, у якій я підкреслюю її галантну сторону. Тому усі філософи носять святкові костюми», – зазначив художник⁴⁸. Думки стосовно виставки «Галантна доба і доба Просвітництва» були неоднозначні – вона знайшла як своїх прихильників, так і критиків, які назвали виставку провокативною.

21 грудня 2017 року в Art Ukraine Gallery відкрилась виставка всесвітньовідомої української художниці Оксани Мась під назвою «Духовні міста». Понад 30 робіт мисткині було привезено з Мілану для експонування в Києві. «У «Духовних містах» місто постає як простір, у якому відкладається досвід народу, символ людських зв'язків. Художниця представляє архітектурний макет не просто як фіксацію сукупності будівель і доріг, а як самостійний мистецький жанр, що стає підґрунтям для найрізноманітніших тлумачень. Культові споруди у ньому – вершина вираження архітектурних цінностей. Для цього проекту Оксана Мась використала плани реальних соборів, мечетей, знаменитих сакральних будівель, і розмістила їх в одній площині. Масштабний візерунок символізує єдиний простір для всіх, простір для думок і переживань, місце примирення, де кожен розуміє один одного»⁴⁹. Куратором виставки була італійський мистецтвознавець Сандріна Бандера (Sandrina Bandera). Важливо, що у рамках виставки було проведено благодійний аукціон, гроші з якого передали проекту «Здійсни мрію». Оксана Мась – художниця світового рівня, приймати роботи котрої – честь для будь-якої галереї. Безумовно, виставка «Духовні міста» мала велике значення для AU Gallery, що підтверджує високий рівень самої галереї.

З 7 березня по 7 квітня 2018 року AU Gallery приймала у себе великий скульптурний проєкт «Більше ніж скульптура». У ньому взяли участь понад 20 українських митців, кураторами традиційно були Наталія Заболотна та Дарина Мо Мот. «Більше ніж скульптура» – арт-форум, присвячений мистецтву

⁴⁸ Там само.

⁴⁹ ART UKRAINE. Духовні міста -Оксана Мась. веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/духовні-міста/> (дата звернення 04.05.2021)

пластики, який різнобічно відображає процеси, що відбуваються в сучасній українській скульптурі. В основі концепції – дослідження взаємодії доповненої реальності, як симуляції, що стала невід’ємною частиною простору життя сучасності XXI століття, із скульптурою, як виду мистецтва з тисячолітньою історією»⁵⁰. У проєкті представили свої роботи Роман Мінін, Віктор Сидоренко, Анна Миронова, Олексій Золотарьов, Олександр Дяченко, Юлія Беляєва та багато інших. «Більше ніж скульптура» поєднав у собі мистецтво та новітні технології: додаткову інформацію про виставлені твори можна було зчитати за допомогою смартфона та спеціального додатку. «Це експериментальний проєкт, що має створити простір для дискусії, залучивши як митців, так і відвідувачів», - відмічає Дарина Мо Мот⁵¹. Була пророблена колосальна робота, щоб втілити подібний проєкт у життя. «Більше ніж скульптура» - це безумовно вдалий результат, якого досягла Art Ukraine Gallery. На його прикладі ми бачимо, як галерея адаптується до сучасності, знаходить шляхи залишатись актуальною та цікавою.

З 18 квітня 2018 року рівно місяць діяла монументальна виставка-проєкт відомої художниці Анни Миронової «За течією» під кураторством Наталії Заболотної та Дарини Мо Мот. Для створення проєкту були залучені медіа-художники Юрій Мирон та Тая Кабаєва, композитор Сергій Синецький та маппер VJ Reign. «За течією» стала певним синтезом абстрактного живопису, медіа-арту, звуку, світла та тіні, які разом створювали дивовижні образи та викликали незвичні естетичні переживання. «Проєкт «За течією» – це пошук внутрішнього зв’язку між явищами природи, формами і різними видами руху, тим самим утвердження руху, як внутрішньої сутності речей, а природи – як ідеалу досконалості і гармонії. Автори проєкту формують середовище, яке змушує слідувати за його внутрішніми трансформаціями та змінами водночас

⁵⁰ART UKRAINE. «Більше ніж скульптура». веб-сайт.

URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/більше-ніж-скульптура/>(дата звернення 05.05.2021)

⁵¹ Там само.

споглядаючи циклічність цих змін»⁵². Роботи для виставки створювались протягом шести років, що свідчить про результат якісної співпраці митців різних напрямків. «Хотілося так вибудувати середовище, щоб всі складові проєкту узгоджувались єдиною режисурою, створювали єдине монументальне звучання, єдину історію з своїм логічним розвитком, розташуванням акцентів. Організувати середовище, в якому б звук, анімація, колір, полотна, стіни, папір, графіт, фактури, все зливалось в єдине ціле, ніби єдиний організм, який живе, рухається, дихає і де нема нічого зайвого. Мені здається, це вдалося», - каже в інтерв'ю Анна Миронова⁵³. Досить великий простір AU Gallery дав змогу зробити такий проєкт як «За течією», який не може не вражати своїми засобами виразності, концепцією та багатогранністю. Так, виставка «За течією» дійсно вдалася.

Таким чином, Art Ukraine Gallery – це сучасний майданчик мистецької, культурної, суспільної діяльності. Це простір актуального українського мистецтва, де втілюються у життя проєкти багатьох митців. AU Gallery є платформою, яка інтегрує різні види ініціатив, залучає громадськість та активізує творчі рухи сучасності.

Отже, аналізуючи український арт-ринок, на прикладі Art Ukraine Gallery, доходимо висновку, що у питанні його розвитку відіграють багато факторів. Попри нестабільну економіку країни наявні зрушення зі сторони колекціонерів. Так молоде покоління збирачів починає розвиватися, прослідковується поява культурних об'єднань як Український Клуб Колекціонерів Сучасного Мистецтва. Проте недоліком все ж таки виступає браку арт-платформ та інших площадок для культурної діяльності. В Україні відсутня пропаганда мистецтва у тій кількості як можна помітити на Заході. Тобто, прослідковується відсутність розуміння того,

⁵² ART UKRAINE. веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/за-течією/> (дата звернення 04.06.2021)

⁵³ART UKRAINE. Анна Миронова: «Від глядача я очікую співпраці, тобто співтворчості» веб-сайт. URL: <http://artukraine.com.ua/a/anna-mironova--vid-glyadacha-ya-ochikuyu-spivpraci-tobto-spivtvorchosti/#.XKeTBPZuJjo> (дата звернення 05.05.2021)

що підтримуючи культуру, суспільство ладне розвивати її, в результаті чого вона стане джерелом доходу. Подібна ситуація відбувається з українськими арт-галереями, де присутній різноманітний концепт, а вхід безкоштовний. У порівнянні із західними мистецькими, культурними заходами, де витрачаються великі суми, Україні важко проникнути у сферу арт-бізнесу через недостатнє інвестування. Відповідно, проблема ідентифікації та можливостей проникнення українського мистецтва на світовий художній ринок є досі актуальною. Серед колекціонерів безумовно є професіонали, такі як: галеристи, дилери, власники колекційних домів, які купують саме з метою перепродажу . Колекціонерів мистецтва в Україні вкрай мало, і вони не афішують свої колекції. Це зумовлено тим, погане законодавство щодо колекціонування (відсутня практика списування податків на благо держави). Арт-галерея відіграє важливу роль у розвитку мистецького процесу. У контексті художніх тенденцій, мистецька галерея є інстанцією для показу сучасних творчих концепцій.

2.2. Аналіз головних проблем сучасного українського арт-ринку в порівнянні з розвиненим художнім ринком Заходу

Озираючись на 1990-ті роки, які вже були окреслені найбільш цікавими для українського художнього ринку, можна зробити спостереження, що з певною періодичністю з'являлось 2-3 нових імен серед художників, які згодом ставали відомими у світовому контексті. До прикладу, на Венеціанській бієнале 2007 року Україну представляли Олександр Гнилицький, Арсен Савадов та Юрій Сенченко, Олег Тістол та інші. Переломний момент помічаємо у 2004 році, коли прибували вже десятки талановитих митців, таких як Василь Цаголов – його «робота «Офісна любов-2» була продана на аукціоні Phillips de Pury & Company у 2009 році за

53600 тис. доларів»⁵⁴. Наразі кількість українських творців, представлених на міжнародній арені, важко вирахувати. Таке положення речей свідчить про те, що творчий потенціал зростає, а проблемою залишається ця диспропорція мистецтва та становленням художнього ринку України. Тобто наплив митців перевищує ринковим можливостям та реаліям.

Сучасні обставини існування українського арт-ринку не створюють сприятливих умов для художників. Аналізуючи критичні стани для митців, варто виділити дві проблеми: 1) Питання формування власної ідентичності. Це впливає на пошук місця у мистецтві, власного стилю та на ідентифікацію себе як митця на глобалізаційних просторах. 2) Художня ідеологія. Згадуючи історію, впливає поняття «кризи тем». Тобто маємо картину тої самої національної риси – посттоталітарної країни (в усіх тоталітарних країнах добре розвинене класичне і народне мистецтво), де придушувалося сучасне мистецтво, на підставі того, що модерне творіння, постійно розширюючи свої межі, є маркером свободи особистості і суспільства.

Згадаймо Джорджа Сороса, який зосереджував увагу на мистецтві, на територіях із погано розвиненою демократією. Меценат відкривав центри сучасного мистецтва. Такі дії доносять суспільству ідею свободи, що відіграють важливу роль у становленні арт-ринків. Адже, аналізуючи вплив теперішньої творчості, можемо стверджувати: сучасне мистецтво на візуальному, підсвідомому рівні розмежовує та вивільняє мислення людини, що є однією з найголовніших функцій у суспільстві – розвиток креативного потенціалу, який має кожен.

Порівняно із західними реаліями, Україна все ще перебуває у статусі посттоталітарної держави, де на ідеологічному рівні присутня неофобія – страх чогось нового. Відповідно, сприйняття мистецтва західного споживача та

⁵⁴24 українських художника. Их знают во всем мире
веб-сайт. URL https://24tv.ua/ru/24_ukrainskih_hudozhnika_ih_znajut_vo_vsem_mire_n599113 (дата звернення 28.05.2021)

вітчизняного відрізняються. А українська школа базується на тоталітарних уявленнях.

Н. Мак, відзначає, що український арт-ринок знаходиться у стані стагнації, і наводить причини цьому: «Відсутність інноваційних підходів в українському мистецтві вважається результатом консерватизму у мистецтві, який засновано на «старій» школі... Студенти в українських вишах отримують освіту від старих педагогів, які не можуть впроваджувати інноваційні медійні засоби через те, що вони працюють у царині живопису»⁵⁵. Н. Мак пов'язує це із тим, що державна культурна політика не підтримує художників.

У висновок Н. Мак пояснює: «Сьогодні в Україні все ж таки існує арт-ринок, однак він існує у статусі непублічності, а саме: угоди купівлі-продажу відбуваються за закритими дверима, торги не оголошуються, як і ціни на твори, а факти продажів не афішуються»⁵⁶. Тобто маємо ситуацію, коли будьякі маніпуляції носять непублічний характер в українському арт-ринку, що виступає запорокою встановлювання собівартості митцям.

З нашого боку ж можна виділити ряд дійсних проблем на українському арт-ринку, а саме: недостатнє чи неграмотне використання технологій нових медіа для просування художників та їхніх творів в умовах сучасного українського арт-ринку, відповідно, недостатній рівень віртуалізації діяльності музеїв та галерей і аукціонів. Проте варто зауважити, що під час карантину через пандемію коронавірусу віртуалізована інфраструктура знаходиться у більш вигідному становищі. Відповідно, вона може забезпечувати інкорпорування художників в український або світовий ринок.

Іншим питанням постає момент закупівлі творів мистецтва на державному рівні. Тобто поки держава не стане самотужки займатися купівлею художнього

⁵⁵ Мак Н. 5 главных проблем современного украинского арт-рынка. Веб-сайт.URL: <https://art-news.com.ua/5-glavnyh-problem-ukrainskogo-art-rynka> (дата звернення 04.06.2021)

⁵⁶ Там само.

продукту, доти буде відсутній арт-ринок, що збагачує країну. Як зазначалось раніше, такими масштабними закупівлями мають займатися меценати та дилери.

Художниця К. Ткаченко заявляє: «Арт-ринок в Україні недостатньо розвинений. Одиниці мають щастя співпрацювати з арт-менеджерами. Найчастіше просуванню художника допомагають галеристи. В Україні бракує людей, для яких просування художника є безпосередньою роботою. Зазвичай митець змушений розраховувати сам на себе»⁵⁷.

Етнічна вишивальниця Н. Головачук виражає схожу думку: «Самотужки художники не мають фінансових спроможностей для влаштування виставок та самопіару через ЗМІ. А якщо вже і вдалося влаштувати власну виставку, митцю необхідно робити дари у скарбничку місцевих депутатів або чиновників, що допомогли із організацією»⁵⁸. В Україні вкрай мало експозиційних площадок для сучасного чи експериментального мистецтва, а якщо є – туди важко потрапити без додаткових маніпуляцій. Відтак митцям доводиться вимушено комерціалізувати свою творчість.

Наступною проблемою з огляду на маркетингову діяльність, виступає комунікація між художниками та іншими агентами арт-ринку. Користуючись сьогоденними технологічно-розвиненими реаліями, суб'єкти художнього ринку в змозі самотужки прокладати зв'язки для подальшої співпраці. Тут можна звернути увагу і на самого художника. Адже більшість чекають на вигідні пропозиції, а якщо і займаються саморекламою то малоефективно.

Український меценат та колекціонер А. Адамовський висловлює свою думку на рахунок становища митців у суспільстві: «Щоб когось просувати, художник має бути цікавим і сучасним, повинен зростати та навчатися, вивчати мови, їхати вчитися до Лондону, Парижу, Берліну. От чому західні художники в основному успішні? Вони ще у студентські роки потрапляють у відповідне середовище, і

⁵⁷ Ткаченко К., Фіалко Д. Художниця Катерина Ткаченко: „В Україні бракує людей, для яких просування художника є безпосередньою роботою” Ткаченко К., Фіалко Д. // Уряд. кур'єр. 2012..

⁵⁸ Козак І. Шовковий шлях до визнання // Голос України. 2012..

талановитих буквально відразу ведуть люди, які займаються цим бізнесом»⁵⁹. Відповідно до західних культурно-розвинених реалій, в Україні немає цього «спеціального» середовища для розвитку. Художник страждає на багатьох рівнях: з початку навчального процесу до моменту пошуку роботи. Художник не підтримується, таланти не помічаються без потенційної вигоди. Адамовський додає: «У нас художники можуть бути не менш талановитими, але вони не у середовищі»⁶⁰.

Відтак Адамовський наголошує на ролі митця у формуванні і функціонуванні арт-ринку як бізнесу для України: «Художники, які займаються саморозвитком, бізнесмени, які інвестують, люди, що отримали належну освіту, держава, що вкладає гроші, – все це і формує сучасний арт-ринок»⁶¹.

Серед успішних українських художників можна виділити таких як: Олександр Ройтбурд, з його найвідомішими роботами «Гейші», «Втеча в Єгипет» та «Goodbye Caravaggio»; Іван Марчук, що увійшов до 100 видатних та талановитих людей світу; Олег Тістол – лідер української нової хвилі в мистецтві; Євгенія Гапчинська – найбільш комерційно успішна художниця. Слід виділити «найдорожчого» сучасного творця А. Криволапа. Його роботи на світовому ринку коштують від 40 тис. до 186 тис. доларів. Найдорожча картина митця «Кінь. Вечір» 2012 (додаток 2) року пішла з молотка за 186 тис. доларів.

У журналі «Arts looker» описується статусність митця: «Тепер у свій 71 рік найуспішніший український художник, працює над новими серіями колоритних робіт. Полюбляє швидку їзду зі столиці до майстерні на своєму новенькому спорткарі Porsche Panamera, а також є палким шанувальником дорогих сортів європейської винної карти»⁶².

⁵⁹ Рай К. Адамовський А: «В Украине есть художники мирового уровня». Веб-сайт. URL: https://lb.ua/culture/2019/05/31/428373_ukraine_hudozhniki_mirovogo.html (дата звернення 04.06.2021)

⁶⁰ Там само.

⁶¹ Там само.

⁶² Там само.

Слід вказати, що успіх певних митців не виключає потребу у розвитку та створенні якісних творів. Наразі наявна тенденція до застою тих митців, що отримали деякий статусний рівень, вони зупиняються на самоповторах, не створюючи нових цікавих робіт. Даний феномен можна віднести до відданості власній тілесній мові, проте більше схоже на абсолютну завершеність у кар'єрному змаганні.

Звісно, художники між собою жартують, що написати картину – це ремесло, а от продати її – дійсне мистецтво. Можливо, саме тому багато сучасних авторів змушені виховувати у собі раніше невластиві творчим людям риси бізнесменів. Ну а тим, у кого це не виходить, залишається звертатися за допомогою до арт-дилерів.

Оскільки Україна поки не перебуває у статусі країни із розвиненим арт-ринком та не має стабільного попиту на сучасне мистецтво, то деякі експерти воліють не називати його бізнесом. «Це, скоріш, мода, що залежить від колекціонерів, їхніх фінансових можливостей та сформованих смаків», – зауважує Н. Заболотна, колишня директорка «Мистецького арсеналу». – Одні купують картини на Андріївському спуску, інші – у ЦУМі, треті – у галереях. Але в кожному разі мода на колекціонування приносить велику користь і художникам, і галеристам»⁶³.

Розглядаючи сучасний український арт-ринок, а саме його потенційний розвиток на теоретичному рівні можна стверджувати, що підйом ринку цілком можливий. Проте це відбуватиметься всупереч економічній ситуації в країні. Економіка частково залежить від внутрішніх процесів, а саме керівництва. Аналізуючи дану проблему, варто звернути увагу на просвітницьку діяльність України. До прикладу Н. Заболотна запевняє: «Однією з найбільших проблем в Україні, є відсутність можливості з дитинства навчати сучасному мистецтву. Щоб

⁶³ Шаправский Р., Сычев А. Обзор арт-рынка Украины. Веб-сайт. URL: <https://www.marketing-ua.com/article/obzor-art-rynka-ukrainy/> (дата звернення 04.06.2021)

полюбити мистецтво і почати його колекціонувати, людині потрібно хоча б декілька разів його побачити»⁶⁴.

Іншим питанням виступає «тіньовий» арт-ринок. Проблема підробок, викрадення творів мистецтва не є винятковістю у світовій практиці. Проте в Україні таке явище пов'язують із музейними фондами, заснованими ще за радянських часів. Відповідно невеликі музеї створювали колекції з робіт С. Шишка, Т. Яблонської, М. Глуценка та інших митців. Однак охоронні служби таких музеїв невеликі, за рахунок чого побільшало випадків крадіжок. У зв'язку з тим, що в Україні наявний «тіньовий» арт-ринок, продаж творів мистецтва є неофіційним, і велика ймовірність купівлі саме викраденої картини зростає. Тут питання постає у замовчуванні таких практик. Тобто адміністративні органи ігнорують справи про шахрайство, а судова система тільки формується. Такий елемент виступає суттєвим у контексті формування арт-бізнесу в країні.

Розглянемо момент підробок. Дж. Адам зазначає: «Потенційні покупці творів мистецтва тепер вимагають прозорості угод. Привід для занепокоєння дає й можливість використання угод із предметами мистецтва для відмивання злочинних доходів»⁶⁵.

Мистецтвознавець Н. Романова повідомляє, що у багатьох приватних колекціях картин, які виставляється наявні підробки – майже 30%. Вона відзначає, що такі підробки цілком можуть легалізуватися самими музеями. Романова також висловилася на рахунок художньої експертизи: «...Експертиза привела до того, що цілий ряд підробок були виставлені в музеях... Ці явища не тільки приводять

⁶⁴ Рынок современного искусства в Украине. А есть ли он? Веб-сайт. URL:: <http://www.archiblog.com.ua/event/the-market-contemporary-art-in-ukraine/> (дата звернення 04.06.2021)

⁶⁵ Беличенко Н. Многочисленные аферы пошатнули доверие инвесторов к арт-рынку. Веб-сайт. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2017/05/12/689538-afery-poshatnuli-doverie> (дата звернення 04.06.2021)

до дискредитації творчості окремих художників, але й дискредитації української художньої школи другої половини ХХ століття»⁶⁶.

Маємо приклад – справа доньки художниці Т. Яблонської Г. Атаян із галереєю «Естамп». З 10 червня по 15 липня 2004 року проводилася виставка «Український живопис 1945-1989 р. Із приватних колекцій, де представлялися картини художниці «Збір урожаю», «Седнів», «На базар», які виявилися не авторськими творами Т. Яблонської⁶⁷. Тому повертаємося до питання саморозвитку та освіти. І доходимо висновку, що наразі фахівцям важливо, аби не придбати підробку, вивчати історію художника, його робіт та мати підтримку з боку спеціалістів.

Аналізуючи головні, на наш погляд, проблеми українського арт-ринку, варто ще зазначити, що сучасні художники прагнуть одразу потрапити у сегмент міжнародний. Адже більшість звертають увагу саме на комерційний успіх. Таким чином спостерігаємо ситуацію, як українське мистецтво та майже усі суб'єкти арт-ринку швидше вбирають європейські традиції, що переводить формат діяльності у наслідування. До такої течії можна віднести молоде покоління художників, які знаходяться під західним впливом. Такий фактор моди на сучасність розповсюджується не тільки на художників, а й на людей у будь-якій творчій сфері. Якщо говорити про зрілих художників та фахівців, ми вже пригадували А. Криволапа, О. Тістола чи В. Сидоренко – художників, які вміло адаптують отриманий досвід на Заході до українських реалій.

Також можна припустити, що сучасний арт-ринок України буде розвиватися із урахуванням усіх аспектів. І потенціал, яким володіють митці, розкриється на українській і світовій художніх аренах. Адже маємо ситуацію, зарубіжний інтерес

66 Деятели искусств утверждают, что на украинском арт-рынке массово появляются подделки картин известных отечественных художников // УНИАН.

Веб-сайт. URL: <https://press.unian.net/press/968486-deyateli-iskusstv-utverjdayut-cto-na-ukrainskom-art-ryinke-massovo-poyavlyayutsya-poddelki-kartin-izvestnyih-otechestvennyih-hudojnikov.html> (дата звернення 04.06.2021)

⁶⁷ Там само.

до творчості України зростає, а відповідно, таке положення речей може свідчити про перспективність арт-ринку у майбутньому.

Отже, визначили основні проблемами сучасного українського арт-ринку: арт-ринок розвивається власним шляхом і запозичує актуальні світові тенденції. Вітчизняні дослідження арт-ринку орієнтуються на зарубіжних (американські, британські дослідники) теоретичних внесках у розуміння функціоналу художнього ринку, адже висвітлення аспектів культурної діяльності в Україні є фрагментарними; в країні вкрай мало експозиційних площадок для сучасного чи експериментального мистецтва, яке у результаті приводило б до комерціалізації; економічна складова країни перебуває у постійному нестабільному стані, то відповідно впливає на капітали меценатів, діяльність колекціонерів; диспропорція між розвитком мистецтва та арт-ринком; комунікативний аспект зі сторони художників; відходження професійних кадрів закордон – арт-консультантів, дилерів, художників, знавців виставкової діяльності, питання культурної освіти та внесення елементів вивчення сучасного мистецтва.

2.3 Аналіз потенціалу українського сучасного арт-ринку

Наступним кроком проаналізуємо альтернативні шляхи вирішення головних проблем українського сучасного арт-ринку. Доречним буде окреслити потенціал ринку України.

По-перше, у порівнянні із західним арт-ринком Україна однозначно програє. Якщо акцентувати увагу на галерейній справі, в країні налічується понад 200 галерей, а сам український ринок мистецтв представлений творами понад 2 тисяч митців. Навіть для порівняння цього замало.

В Україні звичайно присутні аукціонні дома, де успішно та періодично проводять торги. Однак, як П. Гудімов називає сучасні українські аукціони «іграшками для бізнес-тусовки»⁶⁸, так і функціонує даний сегмент. Сьогоднішня «буржуазна» складова суспільства проводить або стає учасником культурного заходу через власні вигоди частіше, аніж черес культурно-просвітницький інтерес. О. Байшев пояснює недооцінення мистецтва багатими українцями: «Був випадок, коли ми відібрали шість робіт для торгів на Філіпс. Аукціонний дім звернувся до сімох українських меценатів із пропозицією взяти участь у торгах, а ті, м'яко кажучи, відмовилися, воліючи скупувати західне мистецтво»⁶⁹.

Також С. Беньямінова⁷⁰ звертає увагу на дуже низьку внутрішню культуру українських аукціонів. Цей факт свідчить і ще раз доводить, що український художній ринок досі перебуває у початковій стадії розвитку.

Відзначимо, що розвиток українського арт-ринку здійснювався на основі практик дарування, замовлення та купівлі-продажу творів мистецтва. Таким чином, ми спостерігаємо утворення системи соціокультурних зав'язків, які зараз ми називаємо арт-ринком. Проте, цього замало для успішної у національному контексті роботи арт-ринку, як ми бачимо це на прикладі Америки чи європейських країнах. Захід частково «годується» мистецтвом. Це зумовлено грамотними маркетинговими ходами, інвестиційною діяльністю тощо. Україна ж поки ще не вміє вигідно продавати себе ні на рівні мистецтва, ні на будь-кому іншому. Звідси доходимо думки, що наразі існує лише український сегмент світового арт-ринку. Іншими словами, ми, як українці, є частиною величезного європейського конгломерату, і наша сучасна позиція в сенсі саме художнього сегменту є доволі відстороненою, маргінальною.

⁶⁸ Пароваткина А. Арт-рынок во время войны: взгляд Павла Гудимова, Анна Пароваткина // Зеркало недели. № 45 (191). 2014. С. 16.

⁶⁹ Шаправский Р., Сычев А. Обзор арт-рынка Украины. Веб-сайт. URL: <https://www.marketing-ua.com/article/obzor-art-rynka-ukrainy/> (дата звернення 04.06.2021)

⁷⁰ Павліченко Н. Інтерв'ю з Стеллою Беньяміною. Веб-сайт. URL: <http://blog.i.ua/user/7427693/> (дата звернення 04.06.2021)

По-друге, Україні необхідно створити чистий арт-ринок (білий), задля забезпечення встановлення високого рівня якості та цін. Акт купівлі-продажу, договори між інституціями та музеями чи художниками мають відбуватися офіційно. Такі маніпулятивні та переломні заходи важко впровадити, оскільки в країні бракує інвестицій у культурне середовище, страхування, ексклюзивних договорів.

По-третє, проблема культурної недосвідченості суспільства охоплює великий спектр, що впливає не тільки на маси, а й на якість представників державного художнього світу. Для прогресу необхідні інвестиції у культурно-просвітницьку діяльність. Таким чином на художньому ринку з'явиться достатня кількість спеціалістів, які ладні працювати внутрішньо. Якщо перспективо припустити такий розвиток подій, то згодом Україна не потребуватиме зарубіжних фахівців для локально-зорієнтованого функціонування ринку, як це працює сьогодні.

Керівниця школи мистецтв «K&K art» К. Кардаш висловлюється на рахунок культурної недосвідченості суспільства: «Наразі ми перебуваємо на арт-ринку, якому є куди зростати. Ті роботи і автори, які є в нас у країні, – це наше надбання. Якщо ми виховаємо достатню кількість мистецтвознавців, кураторів, арт-дилерів, які зможуть піднести наше мистецтво, у тому числі і на Заході, це може стати «Клондайком». Це те, чим буде цікаво займатися і де обсяг ринку може обчислюватися сотнями мільйонів»⁷¹. Також К. Кардаш не відкидає думки про інвестиції, які стають актуальними для міжнародного співробітництва.

Як вже раніше зазначалося, іншою проблемою виступає брак кваліфікаційних місць на просторах ринку мистецтв. Цей аспект варто розглядати з тої ж точки зору про недостатню освіту. Адже, аби працювати у культурній сфері в Україні мало отримати вищу освіту, так як матеріали, що надаються вищими навчальними закладами, рідко співпадають із реаліями, тим паче, з

⁷¹ Інвестиції в мистецтво. веб-сайт. URL: <https://gloss.ua/story/restoraunt/article/62692> (дата звернення 04.06.2021)

тенденціями сучасного арт-ринку. Люди змушені проходити курси, отримувати додаткову освіту за кордоном тощо. У результаті чого отримуємо брак фахівців, котрі б працювали виключно в країні. Більшість вбачає вигідніші перспективи в країнах з краще розвиненим художнім ринком. А відтак, в Україні людям не вистачає досвіду та обізнаності у сфері великого бізнесу, чим в ідеалі має бути сучасний арт-ринок. Якщо процес співпраці, до прикладу, арт-дилера з художником стане регламентованим і чесним, таким чином комунікація набуде максимально стислої, інформативної форми, що сприятиме швидшому сортуванню кадрів.

Назріває питання самої комунікаційної зайнятості та маркетингової діяльності у контексті сучасного українського арт-ринку. Варто пригадати саморекламу художника. Тобто митці часто страждають самі у першу чергу через невміння себе продавати. Велика кількість випадків, коли художники, особливо молоді, живуть уявленнями про поступовий розвиток, і згодом помічають, що завдяки сторонній або саморекламі «виводяться» на світовий рівень. Сьогодні можливості передачі інформації значно полегшують комунікативний аспект для художників чи інших суб'єктів арт-ринку, проте зворотньою ж стороною слугує посилення конкуренції.

Якщо кількість талановитих, а головне розумних творчих людей у країні зросте, створення конкуренції всередині українського арт-ринку може привести до прогресивних змін та досягнень. Крім того, залучаючи іноземних митців, кураторів, мистецтвознавців, здійснюючи масштабні міжнародні арт-проекти, можливо підняти національний ринок на вищій щабель розвитку.

Проблема ролі самої держави у розвитку українського мистецтва також відіграє величезну роль у формуванні та функціонуванні арт-ринку, і згодом стає все гострішою. Сьогодні отримуємо ситуацію ілюзії підтримки художників від чиновників. На відміну від системи СРСР, коли художникам надавалися майстерні, були наявні держзамовлення та соціальні пакети, в Україні митці не

мають подібних можливостей. Молоді художники залежні від країни, котра не фінансує створювання виставок. Іноді митець навіть не вступає у Спілку художників України для забезпечення більшої автономії для себе.

Розглядаючи питання галерей в Україні, відзначаємо, що це область з мінімальною конкуренцією, і що найголовніше, із максимальним потенціалом розвитку. «На національному ринку творів мистецтва важливу роль відіграють мистецькі галереї, діяльність яких не завжди прозора, існує брак обміну досвідом і т.д. Однак, те, що вони поступово з'являються на українському арт-ринку стає очевидною перспективою до їх розвитку до рівня європейських», – зазначає К. Рай⁷².

Вирішенням деяких з наведених проблем виступають такі маркерні «реформи»: створення умов, у яких виробляються нові принципи; формування інститутів критики, кураторства; виділенні необхідного фінансування (державна, меценати). На державному рівні має розроблятися єдина стратегія, зрозуміла для всіх учасників арени сучасного арт-ринку. Звичайно, ринок мистецтв не може існувати без художників і важливою складовою у його розвитку є усі учасники – власники аукціонних будинків, куратори, арт-дилери, галеристи, онлайн маркетплейси, колекціонери і меценати. Наведені люди найбільш впливають на розвиток сучасного мистецтва, їх вкрай мало для забезпечення прибуткового арт-бізнесу.

Ж. Джумадилова у праці «Актуальні методологічні проблеми арт-менеджменту» зауважує: «Для завдань керування арт-ринком мистецтво розглядається, насамперед, як соціальний інститут, і саме з погляду керування основне завдання полягає у тому, щоб визначити умови і фактори, при яких українське суспільство могло б досягти своїх економічних і соціально-культурних

⁷² Рай К., Варварич О., Кравченко Я. «Тривалий час арт-мистецтво росло, як бур'ян». Веб-сайт. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/profile/olena-varvarich> (дата звернення 04.06.2021)

цілей»⁷³. Варто звернути увагу на моделі функціонування художніх ринків, які пропонує Ж. Джумадилова: 1) модель реального процесу становлення арт-ринку; 2) «ідеальна» модель – економічні, соціально-культурні цілі художнього процесу в арт-ринкових реаліях; 3) «оптимальна» модель – складається з двох попередніх із додатковими обмеженнями і можливостями у певний період.

У цьому ж аналізі ми прагнемо донести важливість проблем сучасного українського арт-ринку, їхню роль у його формуванні. А головною темою дослідження виступає саме потенціал художнього ринку України. На основі відповідних методологічних, теоретичних і емпіричних досліджень доповнимо висуну систему моделей. По-перше, необхідним є вивчення логіки розвитку художнього ринку та процесів мистецького життя. До прикладу, арт-менеджмент сьогодні стає науковою стратегією і тактикою проведення необхідної культурної політики. Тут саме ринкова економіка актуалізує проблему створення методів, які дозволять зіставляти соціально-культурні та економічні характеристики мистецтва. По-друге, доречним буде створення методології можливого зіставлення матеріальних і духовних факторів і цінностей, пошуку їх «рівнодії» у розвитку ринку мистецтва, співвіднесення сукупних «витрат» і «кінцевого ефекту» виробництва та споживання творів художньої культури.

Потенціал українського мистецтва та арт-ринку загалом можна прослідкувати і у цифровій сфері. Тобто віртуальні блага надають додаткові можливості для культурного розвитку та просування на світову арену. Тим паче, що зараз молоде покоління розуміється на інтернет-маркетингу.

На прикладі західного художнього ринку, помічаємо багато арт-площадок, які представляються онлайн. Під час карантину через пандемію коронавірусу стрімко почали розвиватися віртуальні музеї та стали доступні екскурсії – так

⁷³ Джумадилова Ж. Актуальные методологические проблемы арт-менеджмента / Ж. Джумадилова // ResearchGate. 2019. С. 103-109.

вчинив один із найпопулярніших художніх музеїв світу Лувр⁷⁴. Зараз кожен безкоштовно має можливість продивитися усі зали Лувру на сайті чи придбати віртуальний квиток і прослухати екскурсію. Такі нові принципи роботи культурних інстанцій актуальні не тільки через пандемію, а й у бідь-які інші часи. Віртуальні можливості наближують до соціальної рівності. Таким чином Лувр в освітніх цілях відвідуватимуть школярі, студенти чи люди з вадами здоров'я зможуть частково здійснити свою мрію тощо.

Користуючись західним досвідом, Україна активно починає розвиватися на просторах інтернету. Кількість культурних заходів, виставок, фестивалів, арт-зборів зростає щороку. Таке положення речей може свідчити про достатній потенціал українського суспільства у розвитку власного арт-ринку та піднесення його на національний рівень.

Отже, завданням даного підрозділу було опрацювання альтернативних шляхів вирішення проблем українського арт-ринку та виявлення потенціалу ринку України. Окреслюються вже наявні «наробітки» українського художнього ринку: аукціонна та галерейна, колекціонерська та кураторська діяльності. Зазначимо, що розвиток українського арт-ринку здійснювався на основі практик дарування, замовлення та купівлі-продажу творів мистецтва.

Вирішення проблем розвитку арт-ринку виділяємо у створенні чистого «білого» арт-ринку. Бажано, аби в Україні було налагоджено роботу нормативно-правового законодавства задля функціонування арт-ринку. За таких умов акти купівлі-продажу, договори між інституціями та музеями чи художниками мають відбуватися офіційно. Такі заходи важко впроваджувати, оскільки в країні бракує інвестицій у культурне середовище, страхування, ексклюзивних договорів. Також виділяється проблема культурної недосвідченості суспільства, де методом

⁷⁴ Лувр віртуальна екскурсія: веб-сайт.
URL:<http://mylouvre.su/%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%BB%D1%83%D0%B2%D1%80/> (дата звернення 22.05.2021)

вирішення якої виступає необхідність інвестування у культурно-просвітницьку освіту. Адже наразі в країні присутній брак кваліфікаційних місць, що гальмує розвиток арт-ринку. Проблема ролі самої держави у розвитку українського мистецтва також відіграє величезну роль у формуванні та функціонуванні арт-ринку, і згодом стає все гострішою. Сьогодні отримуємо ситуацію ілюзії підтримки художників від чиновників. Галерейна діяльність в Україні – область з мінімальною конкуренцією, і, що найголовніше, з максимальним потенціалом розвитку.

ВИСНОВКИ

Відповідно до мети і поставлених завдань у роботі було з'ясовано та проаналізовано: концепт «арт-ринок» як соціально-економічний і культурно-історичний феномен із системою товарного обігу артефактів в контексті сучасних міждисциплінарних дискурсів. Виділено унікальність арт-ринку серед інших ринків, що характеризується такими чинниками, як унікальність продукту, оригінальні додаткові агенти, нестандартні процеси ціноутворення.

Виникнення художнього ринку завдячує розвитку суспільних комунікацій, які забезпечили переміщення художніх цінностей з метою задоволення неутилітарних потреб суспільства. Обґрунтовано історію зародження арт-ринку та окреслено етапи його розвитку, а саме: початковий, розвинений, класичний, модерний та сучасний (новітній). На основі аналізу теоретичних засад вивчення формування і розвитку арт-ринку сформовано загальне дослідження арт-ринкової ситуації в Україні.

Завдяки порівняльному аналізу розвитку українського художнього ринку з західним арт-ринком було виявлено: арт-ринок Заходу сформувався за рахунок арт-дилерів та колекціонерів – меценатів. На відміну від цього, український арт-ринок формується за рахунок поєднання протилежного – офіційних творчих спілок та руху андеграунду. Сьогодні правила західного арт-ринку не працюють в Україні, вони діють лише у вигляді своєрідних вітчизняних трансформацій. Таким чином, спостерігаємо тенденцію до появи кураторства, що є досить новим явищем в українському мистецтві.

Узагальнено трансформаційні процеси художнього ринку України; досліджено вплив суспільно-політичних процесів у державі на стан та еволюцію художнього ринку; уточнено зміст поняття та термінів, які характеризують

художній ринок («арт-ринок», «художник», «арт-консультант», «арт-галерея», «колекціонер» тощо).

Основними проблемами сучасного українського арт-ринку виступають: арт-ринок розвивається власним шляхом і запозичує актуальні світові тенденції. Вітчизняні дослідження арт-ринку орієнтуються на зарубіжних (американські, британські дослідники) теоретичних внесках у розуміння функціоналу художнього ринку, адже висвітлення аспектів культурної діяльності в Україні є фрагментарними; в країні вкрай мало експозиційних площадок для сучасного чи експериментального мистецтва, яке у результаті приводило б до комерціалізації; економічна складова в країні перебуває у постійному нестабільному стані, що, відповідно, впливає на капітали меценатів, діяльність колекціонерів; диспропорція між розвитком мистецтва та арт-ринком; комунікативний аспект зі сторони художників; відходження професійних кадрів закордон – арт-консультантів, дилерів, художників, знавців виставкової діяльності, питання культурної освіти та внесення елементів вивчення сучасного мистецтва.

Відмічаються вже наявні «наробітки» українського художнього ринку: аукціонна та галерейна, колекціонерська та кураторська діяльності. Відзначимо, що розвиток українського арт-ринку здійснювався на основі практик дарування, замовлення та купівлі-продажу творів мистецтва.

Опрацьовано альтернативні шляхи вирішення проблем українського арт-ринку та виявлення потенціалу ринку України. Одним із можливих шляхів вирішення проблем розвитку арт-ринку виділяємо створення чистого «білого» арт-ринку. Виділяється проблема культурної недосвідченості суспільства, де методом вирішення якої виступає необхідність інвестування у культурно-просвітницьку освіту. Сьогодні отримуємо ситуацію ілюзії підтримки художників від чиновників. Галерейна діяльність в Україні – область з мінімальною конкуренцією, і що найголовніше, із максимальним потенціалом розвитку.

Вирішенням деяких з наведених проблем виступають такі маркерні «реформи»: створення умов, у яких виробляються нові принципи; формування інститутів критики, кураторства; виділенні необхідного фінансування (державна, меценати). На державному рівні має розроблятися єдина стратегія, зрозуміла для всіх учасників арени сучасного арт-ринку.

Потенціал арт-ринку в Україні безумовно є. Наразі неоціненність українського арт-ринку може слугувати «вдалим моментом» для багатьох агентів ринку. Ціни на мистецький продукт значно нижчі, порівняно з західними, що підштовхує до потенційно вигідного початку колекціонування. Стан ринку поліпшуватиметься з роками, так як ціни на твори мистецтва зростають, додаються арт-посади, збагачуються колекції, відбувається становлення інфраструктури арт-ринку. Арт-інвестування має розвиватися в країні швидше. Формування мережі інвестиційних фондів та банків допоможе виведенню українського арт-ринку на більш високий рівень розробленості та принесе прибуток державі.

Наукове осмислення та теоретичне узагальнення розвитку художнього ринку незалежної України у порівнянні з країнами Заходу допоможе становленню вигідного положення у сфері мистецтв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Belk R.W. Collection in a consumer society. London & New York : 1965. 67 p.
2. Moulin, R. (1987). The French Art Market: A Sociological View. New Brunswick: Rutgers University Press. (Transl. by Arthur Goldhammer) (English, French). 227 p. P.3.
3. Robertson I. Understanding International Art Markets and Management / Iain Robertson. – Routledge, 2005. – 296 p.
4. Velthuis O. Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art: Olav Velthuis. USA: Princeton University Press. 2007. 288 p.
5. Арутюнова А. Д. Арт-рынок в XXI веке: Пространство художественного эксперимента : монография. М. : Издательский Дом ВШЭ, 2015. 232 с.
6. Бадинова Т. В. Этапы становления художественного рынка в культуре России: монография. СПб : 2004. 191 с.
7. Бенаму-Юэ Ж. Цена искусства : монография. М. : Артмедиа Групп, 2008. 192 с.
8. Беньямин В. О коллекционерах и коллекционировании : монография. Москва : ЦЭМ, V-A-C press, 2018. 104 с.
9. Досси П. Продано! Искусство и деньги : монография. СПб. : Лимбус Пресс; Изд-во К. Тублина, 2011. 288 с.
10. Дубова О. Б. Становление академической школы в западно-европейской культуре : монография. Москва. 2009. 238 с. С.85.
11. Калашнікова А. О. Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві: дис. ... к-та соціологічних наук : 22.00.04 / Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2015. 211 с.С.98.

12. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства / С. Скатерщикова. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 224 с.
13. T. Veblen. The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. — New York, 1934. 400 p. P.78
14. Тейлор Б. Актуальное искусство 1970—2005 : монографія. М. : СЛОВО, 2006. 256 с.
15. Фатеева Н. А. Особенности становления арт-рынка в современных условиях: социологический анализ : автореф. дис. на получения науч. степени к-та с.-г. наук : 22.00.06 Екатеринбург, 2008. 18 с.
16. Авраменко О. Енвіронментальний простір художніх пленерів. Сучасне мистецтво : наук. зб. К. : Фенікс, Вип. VII, 2010. С. 7— 28.
17. Бурдьё П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. № ½. 1993. С. 113-137.
18. Гай К. Арт-ринок України кінця ХХ – початку ХХІ ст./ 2012. – №6 (108). – С.1195-1200. Уточнить номера старниц
19. Джумадилова Ж. Актуальные методологические проблемы арт-менеджмента / Ж. Джумадилова // ResearchGate. 2019. С. 103-109.
20. Зайченко О. Г. Особливості становлення співробітництва художника з галеристом в умовах формування вітчизняного арт-ринку. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2016. № 4. С. 79 – 85.
21. Індутний В. В. Ринки культурних цінностей: порівняльний аналіз. Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2014. № 1. С. 19 – 27.
22. Козак І. Шовковий шлях до визнання. Голос України. - № 233. 2012. - С. 11

23. Крупенина Л. В. Арт-галерея как модератор художественной среды города. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия. Философия. Культурология. Политология. Социология.* 2013. Т. 24 (65). № 3. С. 150 – 155.
24. Лапшин В. П. Художественный рынок в России конца XIX начала XX в. / В.П. Лапшин // *Вопросы искусствознания.* — М., 1996. — Вип. VIII (1/1996). — С. 269—604.
25. Моль А. Художественные галереи / Абраам Моль // *Социодинамика культуры.* – М., 1973. – С. 263–268.
26. Момот Т. В., Момот Д. Т. Инфраструктура ринку арт-індустрії: аналіз сучасної структури та функцій. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості.* 2018. № 2 (4), 2018. С.34-44.
27. Павліченко Н. В. Художній ринок як культурологічний та економічний феномен. *Магістеріум. Культурологія.* 2017. Вип. 68. С. 72 – 75.
28. Пароваткина А. Арт-рынок во время войны: погляд Павла Гудимова. *Зеркало недели.* 2014 № 45 (191). С. 16.
29. Петрова О. Арт-рынок в Украине. *Зеркало недели.* 1997. Вип. 34. URL: http://gazeta.zn.ua/CULTURE/art-rynok_v_ukraine.html (дата звернення 04.06.2021)
30. Рай К. Адамовский А: «В Украине есть художники мирового уровня». LB.ua. 31 травня 2019. URL: https://lb.ua/culture/2019/05/31/428373_ukraine_hudozhniki_mirovogo.html (дата звернення: 04.06.2021)
31. С. Русаков. Феномен арт-ринку як проблема сучасної культурології. *КУЛЬТУРОЛОГІЧНА ДУМКА.* 2019. Т. 16. №2. С. 175 – 183.
32. Фіалко Д. Художниця Катерина Ткаченко: „В Україні бракує людей, для яких просування художника є безпосередньою роботою”. Урядовий

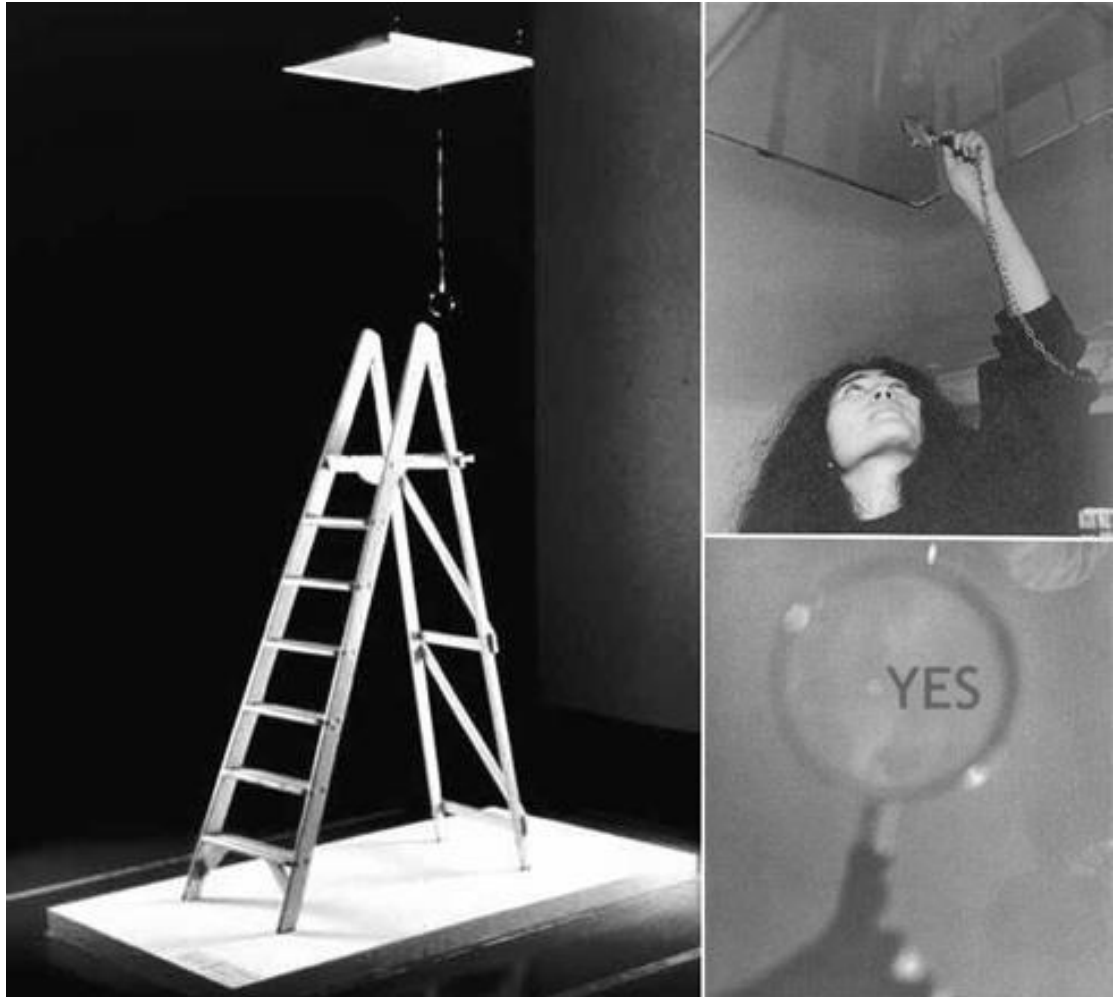
- кур'єр. 22 грудня 2012. URL: <http://www.ukurier.gov.ua> (дата звернення 04.06.2021)
33. Цит. за: Перов Ю.В. К истории взаимоотношений публики и художников // Философские науки. 1966. № 6. С. 67.
34. Энциклопедический словарь. В 86 т. Т. 1. Ред. К.К. Арсеньева, Ф.Ф. Петрушевского. С. 83.
35. 5 главных проблем современного украинского арт-рынка. *ART NEWS* : Веб-сайт. URL: <https://art-news.com.ua/5-glavnyx-problem-ukrainskogo-art-rynka> (дата звернення 22.05.2021)
36. Анна Миронова: «Від глядача я очікую співпраці, тобто співтворчості». *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <http://artukraine.com.ua/a/anna-mironova--vid-glyadacha-ya-ochikuyu-spivpraci-tobto-spivtvorchosti/#.XKeTBPZuJjo> (дата звернення 05.05.2021)
37. Банк Українського Мистецтва. *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/art-ukraine-gallery/> (дата звернення 04.06.2021)
38. Бесіда з Олегом Тістолом та Сергієм Святченко. *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <https://artukraine.com.ua/a/besida-z-olegom-tistolom-ta-sergiyem-svyatchenko/#.YJfPJ6Fn261> (дата звернення: 04.06.2021)
39. Більше ніж скульптура. *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/більше-ніж-скульптура/>(дата звернення 05.05.2021)
40. Бурдьє П. Рынок символической продукции. *Вопросы социологии* : веб-сайт. URL: <http://bourdieu.name/fr/book/export/html/51> (дата звернення: 04.06.2021)
41. Деятели искусств утверждают, что на украинском арт-рынке массово появляются подделки картин известных отечественных художников. УНИАН : веб-сайт. URL: <https://press.unian.net/press/968486-deyateli-iskusstv->

- utverjdayut-cto-na-ukrainskom-art-rynke-massovo-poyavlyayutsya-poddelki-kartin-izvestnyih-otchestvennyih-hudojnikov.html (дата звернення 04.06.2021)
42. Духовні міста – Оксана Мась. *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/духовні-міста/> (дата звернення 04.05.2021)
43. Інвестиції в мистецтво. веб-сайт. URL: <https://gloss.ua/story/restoraunt/article/62692> (дата звернення 04.05.2021)
44. Квартальний звіт Сотбі: незважаючи на блискучі продажі, прибутки зменшуються. *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <https://artukraine.com.ua/n/kvartalnyi-zvit-sotbi--nezvazhayuchi-na-bliskuchi-prodazhi-pributki-zmenshuyutsya/#.YJa6B6Fn2Uk> (дата звернення: 04.06.2021)
45. Лувр виртуальна екскурсія : веб-сайт. URL: <http://mylouvre.su/%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%BB%D1%83%D0%B2%D1%80/> (дата звернення 22.05.2021)
46. Михайло Деяк: «Художники рідко думають про глядача. Ми – егоїсти, захоплені процесом». *Artslooker* : веб-сайт. URL: <https://artslooker.com/mihaylo-deyak-hudozhniki-ridko-dumayut-pro-glyadachami-egoysti-zahopleni-protsesom/> (дата звернення 22.05.2021)
47. Многочисленные аферы пошатнули доверие инвесторов к арт-рынку: веб-сайт. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2017/05/12/689538-aferi-poshatnuli-doverie> (дата звернення 04.06.2021)
48. Найуспішніші українські художники, яких варто знати. *dojo* : веб-сайт. URL: <https://dojo.ua/najuspishnishi-ukrainski-khudozhnyky-iakykh-varto-znaty/> (дата звернення 04.05.2021)

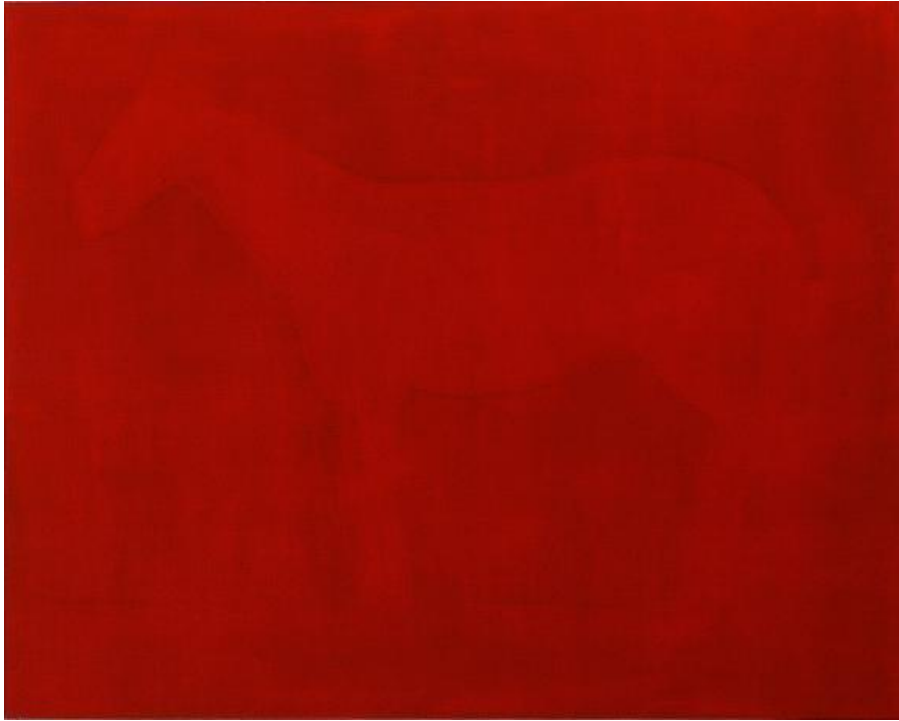
49. Новий мистецький простір з'явився в серці столиці. *NewsNetwork* : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=owQFLrwReUA> (дата звернення 04.06.2021)
50. Павліченко Н. Інтерв'ю з Стеллою Беньяміною. Веб-сайт. URL: <http://blog.i.ua/user/7427693/> (дата звернення 04.06.2021)
51. Рай К., Варварич О., Кравченко Я. «Тривалий час арт-мистецтво росло, як бур'ян». Веб-сайт. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/profile/olena-varvarich> (дата звернення 04.06.2021)
52. Сон Гуливера – Арсен Савадов. *ART UKRAINE* : веб-сайт. URL: <http://artukraine.gallery/exhibition/сон-гуливера/> (дата звернення 04.06.2021)

ДОДАТКИ

1. «Ceiling Painting», Yoko Ono. 1966, London. «Розпис стелі», Йоко Оно. 1966, Лондон.



2. Анатолій Криволап «Кінь. Вечір» 2012, продана за \$186,2 тис.



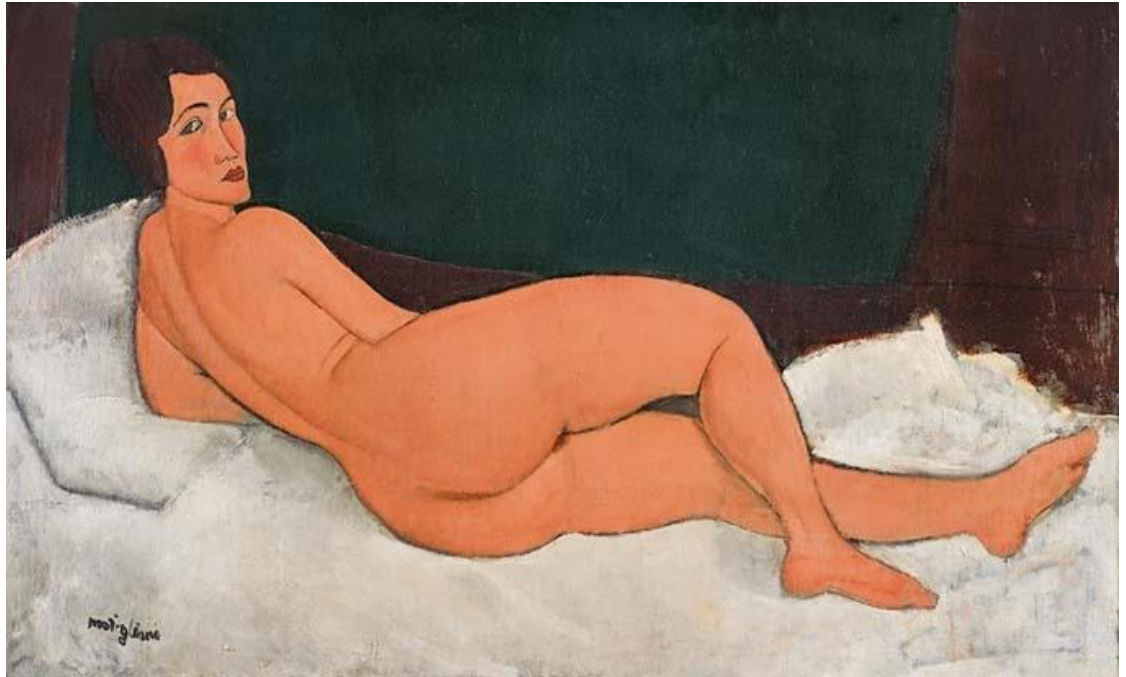
3. Анатолій Криволап «Кінь.Ніч.» 2009, продана за \$124 тис.



4. Інсталяція Ай Вейвєя «Стіна з шкільних рюкзаків», зроблена в пам'ять про загиблих під руїнами неякісних будівель шкіл дітей під час землетрусу в Сичуані в 2008 році.



5. Картина А. Модільяні «Оголена жінка, що лежить» продана на аукціоні Sotheby's в Нью-Йорку за рекордні \$ 157,2 млн.\



6. Скульптура «Маркус-Аврелій» Олег Пінчук.



7. Скульптура «Птиця щастя» Олег Пінчук.



8. Творчість дитячої художниці Євгенії Гапчинської:

