

*Моїм друзям, митцям,  
присвячую*



**Національна академія наук України  
ДУ «Інститут регіональних досліджень  
ім. М. І. Долішнього НАН України»**



**Степан ДАВИМУКА**

**ЕКОСИСТЕМА МИСТЕЦТВА:  
НАУКОВІ ЗАСАДИ СТАНОВЛЕННЯ  
ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ**

Монографія

**ЛЬВІВ – 2021**

**УДК 338.4:7**

**Д-13**

*Рекомендовано до друку Вченою радою ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» (протокол №11 від 23.12.2020 р.)*

*Рецензенти:*

**доктор мистецтвознавства, професор О. М. Голубець**

(Львівська національна академія мистецтв)

**доктор економічних наук, професор Л. І. Федулова**

(Національна академія управління при Президентіві України)

**доктор економічних наук, професор С. Л. Шульц**

(ДУ «Інститут регіональних досліджень

ім. М.І. Долішнього НАН України»)

**кандидат мистецтвознавства, професор Р.М. Яців**

(Львівська національна академія мистецтв)

**Давимука С. А.**

**Д-13 Екосистема мистецтва: наукові засади становлення та сучасні практики:**  
монографія / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН  
України». Львів, 2021. 581 с.

**ISBN 978-966-02-9572-8**

Розкрито особливості сучасного мистецтва та сутність художнього ринку (артринку) у світі та в Україні в контексті екосистемного підходу. Визначено статус сучасного художника, персоналізацію його позиції як суб'єкта ринку і основної складової екосистеми мистецтва. Проаналізовано економічні засади мистецтва, внесок мистецтва в економіку; охарактеризовано ринок мистецтва та роль його учасників, виявлено особливості ціноутворення на витвори мистецтва та чинники, що на нього впливають; розкрито методичні підходи до ціноутворення та проаналізовано особливості інвестування на ринку мистецтва. Визначено та охарактеризовано глобальні тенденції ринку мистецтва і системно розкрито сутність однієї з основних тенденцій – розвитку цифрового мистецтва. Проаналізовано сутність державної політики у сфері розвитку та підтримки мистецтва в Україні. Виявлено стан та особливості функціонування артринку в умовах пандемії COVID-19 у світі та в Україні, обґрунтовано його перспективи в посткризовий період. Розкрито методологічні засади екосистеми мистецтва та розроблено пропозиції щодо її розвитку.

Для науковців, мистецтвознавців, представників артбізнесу, державних службовців, викладачів, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів.

*ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»*

*Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine*

**УДК 338.4:7**

**ISBN 978-966-02-9572-8**

© С. А. Давимука, 2021

© ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2021

**National Academy of Sciences of Ukraine  
Dolishniy Institute of Regional Research  
of NAS of Ukraine**

**Stepan DAVYMUKA**

**ART ECOSYSTEM:  
SCIENTIFIC FOUNDATIONS  
OF ESTABLISHMENT  
AND MODERN PRACTICES**

**LVIV – 2021**

**Davymuka, S. A. (2021).**

*Art ecosystem: scientific foundations of establishment and modern practices.* Lviv: Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine.

**ISBN 978-966-02-9572-8**

The features of contemporary art and the nature of the art market in the world and in Ukraine are outlined in the context of the ecosystem approach. The status of contemporary artists and the personalization of their position as a market entity and the main component of the art ecosystem are defined. The economic foundations of art and its contribution to the economy are analyzed. The art market and the role of its participants are characterized. The features of pricing for artworks and the factors impacting thereupon are revealed. Methodological approaches to pricing are outlined, and the features of investment in the art market are analyzed. The global trends in the art market are defined and characterized. The nature of one of the major trends – the development of digital art – is systemically exposed. The essence of public policy of art development and support in Ukraine is analyzed. The condition and features of the art market functioning in COVID-19 pandemics in the world and Ukraine are detected. Its perspectives in the post-crisis period are substantiated. The methodological foundations of the art ecosystem are disclosed, and suggestions regarding its development are developed.

For scientists, art historians, art business representatives, public officers, teachers, postgraduate students, and students of higher educational institutions.

*Recommended for publishing by the Scientific Council of  
Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine  
(protocol No. 11 on December 23, 2020)*

*Reviewers:*

D.Sci., Professor **O. M. Holubets**  
(Lviv National Academy of Arts)

D.Sci., Professor **L. I. Fedulova**  
(National Academy for Public Administration under the President of Ukraine)

D.Sci., Professor **S. L. Shults**  
(Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine)

Ph.D., Professor **R.M. Yatsiv**  
(Lviv National Academy of Arts)

© *S. A. Davymuka, 2021*

© *Dolishniy Institute of Regional Research  
of NAS of Ukraine, 2021*

---

## Зміст

<b>ПЕРЕДМОВА.....</b>	<b>11</b>
<b>Розділ 1. МИСТЕЦТВО В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....</b>	<b>21</b>
1.1. Соціально-історичний контекст мистецтва.....	23
1.2. Мистецтво як феномен культури.....	25
1.3. Витоки та особливості видів мистецтва.....	34
1.4. Актуалізація функцій мистецтва.....	43
1.5. Сучасне чи актуальне мистецтво: дискурс триває... ..	50
1.6. Ретроспектива і парадокси зарубіжного мистецтва.....	65
1.7. Естетика мистецтва: переосмислення концептуальних засад.....	76
<b>Розділ 2. СТАТУС СУЧАСНОГО ХУДОЖНИКА.....</b>	<b>97</b>
2.1. Персоналізація позиції художника.....	99
2.2. Художник як суб'єкт ринку і ключова складова екосистеми мистецтва.....	112
<b>Розділ 3. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА.....</b>	<b>131</b>
3.1. Що таке економіка мистецтва і чому в ній виникла необхідність.....	133
3.2. Внесок мистецтва в економіку.....	137
3.3. Ринок мистецтва.....	140
3.4. Статус учасників художнього ринку.....	165
3.5. Ринок культурних цінностей.....	190
3.6. Маркетинг артринку.....	201
<b>Розділ 4. ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ МИСТЕЦТВА.....</b>	<b>211</b>
4.1. Особливості ціноутворення та чинники, що на нього впливають.....	213
4.2. Методичні підходи до ціноутворення.....	222
<b>Розділ 5. ІНВЕСТУВАННЯ В МИСТЕЦТВО.....</b>	<b>247</b>
5.1. Мистецтво як форма інвестування.....	249
5.2. Оцінка дохідності ринку витворів мистецтва як інвестиційних активів.....	257
5.3. Способи інвестування та їх особливості.....	264

---

<b>Розділ 6. ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ РИНКУ</b>	
<b>МИСТЕЦТВА .....</b>	<b>281</b>
6.1. Міжнародний ринок мистецтва.....	283
6.2. Ринок contemporary art .....	309
6.3. Колекціонери та колекціонування.....	320
6.4. Ринок антикваріату.....	334
<b>Розділ 7. РИНОК МИСТЕЦТВА В УКРАЇНІ.....</b>	<b>347</b>
7.1. Сучасне мистецтво України в контексті міжнародного визнання.....	349
7.2. Стан формування артринку в Україні .....	367
<b>Розділ 8. ЦИФРОВІЗАЦІЯ МИСТЕЦТВА .....</b>	<b>413</b>
8.1. Цифрове мистецтво як основний тренд розвитку культури .....	415
8.2. Мистецтво і штучний інтелект .....	434
8.3. Перспективні напрями розвитку цифрового мистецтва .....	438
<b>Розділ 9. ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ РОЗВИТКУ</b>	
<b>ТА ПІДТРИМКИ МИСТЕЦТВА .....</b>	<b>451</b>
9.1. Держава і мистецтво.....	453
9.2. Інтелектуальна власність у мистецтві.....	486
9.3. Програмні заходи стимулювання розвитку мистецтва в умовах дії кризових явищ, обумовлених пандемією COVID-19 .....	497
<b>Розділ 10. ЕКОСИСТЕМА МИСТЕЦТВА.....</b>	<b>529</b>
10.1. Просторово-часова розмірність мистецтва .....	531
10.2. Феномен екосистеми мистецтва: наукове обґрунтування.....	539
<b>ПІСЛЯМОВА .....</b>	<b>573</b>



---

## Contents

<b>PREFACE .....</b>	<b>11</b>
<b>Chapter 1. ART IN MODERN SOCIETY DEVELOPMENT</b>	
<b>CONDITIONS .....</b>	<b>21</b>
1.1. Socio-historical context of art.....	23
1.2. Art as a cultural phenomenon.....	25
1.3. Origins and features of the types of art.....	34
1.4. Art functions actualization.....	43
1.5. Modern or contemporary art: the discourse continues... ..	50
1.6. Retrospective and paradoxes of foreign art .....	65
1.7. Art aesthetics: rethinking the conceptual foundations.....	76
<b>Chapter 2. THE STATUS OF A CONTEMPORARY ARTIST .....</b>	<b>97</b>
2.1. Personalization of an artist’s position .....	99
2.2. An artist as a market entity and main component of the art ecosystem.....	112
<b>Chapter 3. ECONOMIC FOUNDATIONS OF CONTEMPORARY ART .....</b>	<b>131</b>
3.1. What is the art economy, and why there was a need for it?.....	133
3.2. Art contribution to the economy.....	137
3.3. Art market.....	140
3.4. Status of the art market process’s participants.....	165
3.5. Features of cultural values market.....	190
3.6. Art marketing.....	201
<b>Chapter 4. PRICES AND PRICING ON THE ART MARKET.....</b>	<b>211</b>
4.1. Pricing features and factors influencing thereupon .....	213
4.2. Methodological approaches to pricing .....	222
<b>Chapter 5. INVESTMENT IN ART .....</b>	<b>247</b>
5.1. Art as a form of investment .....	249
5.2. Evaluation of market profitability of artworks as investment assets .....	257
5.3. Ways of investment and their features.....	264

---

<b>Chapter 6. GLOBAL DEVELOPMENT TRENDS ON ART MARKET .....</b>	<b>281</b>
6.1. International art market .....	283
6.2. Contemporary art market.....	309
6.3. Collectors and collecting .....	320
6.4. Antiquities market .....	334
<b>Chapter 7. ART MARKET IN UKRAINE .....</b>	<b>347</b>
7.1. Contemporary art of Ukraine in the context of international recognition.....	349
7.2. Condition of the art market forming in Ukraine.....	367
<b>Chapter 8. ART DIGITALIZATION .....</b>	<b>413</b>
8.1. Digital art as the main culture development trend.....	415
8.2. Art and artificial intelligence .....	434
8.3. Perspective directions of digital art development.....	438
<b>Chapter 9. PUBLIC POLICY IN ART DEVELOPMENT AND SUPPORT .....</b>	<b>451</b>
9.1. State and art .....	453
9.2. Intellectual property in art .....	486
9.3. Program measures of art development stimulation under the impact of crisis phenomena caused by the pandemics COVID-19 .....	497
<b>Chapter 10. ART ECOSYSTEM .....</b>	<b>529</b>
10.1. Space and time dimensions of art.....	531
10.2. Art ecosystem phenomenon: scientific substantiation.....	539
<b>AFTERWORD .....</b>	<b>573</b>

---

## ПЕРЕДМОВА

В умовах сучасного цивілізаційного розвитку актуалізуються ролі культури і мистецтва як важливих механізмів саморозвитку людини в процесі взаємодії з навколишнім світом, як засобу накопичення і засвоєння новітнього знання шляхом формування ціннісних установок індивідуального і колективного буття людей, що подаються в художніх образах. Мистецтво як процес спрямований на розкриття творчих можливостей людини, ураховуючи різноманітне бачення всесвіту, поглиблює інтелектуальний потенціал людини, пропонуючи нові підходи до осмислення світу. Завдяки одній з переваг сучасного мистецтва – його універсальності – глядач має можливість знайти для себе те, що йому дійсно цікаво і що впливає на формування його цінностей. Окрім того, мистецтво не лише сприяє виявленню та усвідомленню нових аспектів дійсності з усією її динамічністю та багатогранністю, але і як інструмент пізнання сприяє посиленню рівня розвитку людини та суспільства в тому чи іншому історичному проміжку часу в межах відповідної інфраструктури, а в умовах ринкової економіки все більше залучається в простір економічних відносин, формуючи особливий феномен ринку – художній ринок (артринок), що є складовою ще одного сучасного феномену – художньої індустрії (креативної економіки).

У сучасних умовах артринок дозволяє розвивати напрями як пов'язані, так і не пов'язані безпосередньо з мистецтвом, формуючи традиційні і нові сфери, в основі яких – створена художниками артпродукція. Безпосередньо це стосується таких економічно і соціально важливих напрямів як культура, фінанси, туризм, логістика, маркетинг, консалтинг. Так, на сьогодні у світі добре розвинені сегменти музеїв і артпосередників (аукціонні будинки і дилери), що реалізують створені предмети мистецтва. На цьому фоні зростає число організаторів артярмарків як потужних торговельних майданчиків; логістичних компаній, що спеціалізуються на транспортуванні артоб'єктів; з'явилися медійні і науково-технологічні артпроекти та ін. У сфері туризму все більше набуває популярності новий напрям – арттуризм, пов'язаний

з зацікавленістю публіки до сучасних артінститутів і художніх творів. Зазначене сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону/міста, їхнього іміджу, статусу; істотно впливає на просування сучасного мистецтва, становлення і розвиток художнього бізнесу (артбізнесу), формування класу креативних професій і, звичайно, збереження та примноження культурної спадщини.

Так зване «альтернативне інвестування» в предмети мистецтва дозволяє як приватним особам, так і різним організаціям (бізнесу різної спрямованості, фондам і т. ін.) зберігати капітал. На цьому фоні активно розвивається відповідний сегмент фінансового сектору – спеціалізовані інвестиційні фонди, артбанкінг, лізинг предметів мистецтва і т. ін. Отже, посилюється роль феномена екосистеми, яка, окрім встановлення взаємозв'язків учасників артринку та координування їх дій, полягає у формуванні механізмів виявлення підприємницьких можливостей, тобто здатності трансформувати ідеї в конкретні результати і створювати нову вартість художнього продукту, що вкрай необхідно під час посилення ринкових важелів мистецького процесу у розвитку культурних/креативних індустрій.

Ці та інші події спонукають представників багатьох соціально-гуманітарних наук (історії, філософії, економіки, соціології, психології, культурології, мистецтвознавства) до вивчення артринку. Так, якщо історики досліджують процес створення класичного артринку, описують різні його історичні типи, то економічна теорія вивчає товарний обіг предметів мистецтва й основну увагу приділяє створенню способів матеріальної оцінки символічних благ – ринковому виміру культурної цінності, виявленню чинників, що впливають на ціну твору та розробці інвестиційних проектів.

Звичайно, більшість питань, викладених у цій праці, розкриваються з економічної точки зору. Проте автор багато років цікавиться розвитком мистецтва, яке вважає для себе світоглядним джерелом не лише в розумінні картини світу, а переймається проблемами його розвитку, поділяючи думку: «Однозначно закінчилися ті часи, коли хороший економіст був математиком і майже фізиком. Сьогодні без глибокої обізнаності у сфері мистецтва, особливо сучасного, в економіці однозначно робити немає чого – ви просто не зможете взагалі зрозуміти кращу половину з нових теорій останніх 20 років»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Бычков В. В., Маньковская Н. Б., Иванов В. В. Триалог. Живая эстетика и современная философия искусства. М.: Прогресс-Традиция, 2012. 840 с.

Окрім того, ця монографія є логічним продовженням системи досліджень, результати яких вже побачили світ<sup>2</sup>. Безумовно, економісти наразі далекі від вирішення тих численних проблем, з якими зустрічаються під час спроб застосувати економічне мислення для аналізу такої сфери людської діяльності як мистецтво. Але це не означає, що відповіді на них зовсім не варто шукати. У підсумку, коло питань економічних засад мистецтва, можливо, виявляться несподівано близькими до тих проблем сучасної постіндустріальної економіки, над вирішенням яких економістам необхідно системно працювати, щоб їх пояснення і прогнози мали практичний сенс.

Отже, мета цієї монографії – комплексне дослідження місця і ролі художнього ринку (артринку) як екосистеми різного рівня та складової загальної економічної системи на основі вивчення ролі та функцій сучасного мистецтва в умовах постмодерного суспільства; визначення творчого внеску мистецтва в процеси формування інституційного середовища та соціального конструювання реальності і комунікацій; розгляд особливостей статусної позиції сучасного художника; дослідження характеру взаємодії сучасного мистецтва і ринку та оцінка їх перспектив.

Теоретико-методологічною основою підготовки цієї монографії стали класичні твори дослідників, що вивчають ринки культури й мистецтва, їхню історію і сучасний стан (зокрема, П. Бурдьє, який запропонував класифікувати ринки «символічної продукції»; Д. Тросбі, аналізуючи взаємозв'язок між культурною й економічною цінностями, розглядає можливі сфери застосування феномену культурного капіталу, зокрема на основі економічного аналізу; класичні роботи Ж.-Ф. Ліотара, Ж. Бодріяра, З. Баумана, Ю. Хабермаса, П. Бергера і Т. Лукмана та ін., присвячені загальній характеристиці постмодерного суспільства і місця культури в ньому, а також соціальним вимірам сучасної культури та мистецтва; наукові здобутки Дж. К. Гелбрейта, який присвятив мистецтву в ринковій системі главу у своїй праці «Економічні теорії й цілі суспільства» та ін.); праці Т. Адорно, М. Гюйо, Е. Дюркгейма,

<sup>2</sup> Давимука С. А., Федулова Л. І. Регіональні інноваційні екосистеми: напрями розбудови в умовах європейської інтеграції. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», Львів, 2016. 464 с.; Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативна економіка: досвід та напрями розбудови. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», Львів, 2017. 420 с.; Давимука С. А., Федулова Л. І. Культурний імператив соціально-економічного розвитку: цивілізаційний підхід. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», Львів, 2019. 526 с.

Г. Зіммеля, які розкривають соціальний аспект мистецтва; праці О. Аронсона, В. Беньяміна, Б. Гройса, Х. Ортеги-І-Гассета, у яких аналізується функціонування сучасного образотворчого мистецтва та ін. роботи, де пропонується нова парадигма художньої творчості, розкривається інфраструктура художнього середовища, соціально-професійний статус сучасного художника, його взаємовідносини з інституціями, що репрезентують сучасний ринок. Корисними для усвідомлення сучасного артринку в частині взаємодії мистецтва і ринкової економіки є наукові положення в роботах Л. Болтанскі, Е. Шапелло, П.-М. Манже, Н. Бурріо та ін.

З часу становлення України як незалежної держави активно розвиваються різні художні течії в мистецтві, започатковані як на розкритті національних шкіл, так і на врахуванні тенденцій і принципів західного художнього ринку, відкриваються комерційні художні галереї та інші інституції, тобто формується модель національного артринку; артбізнес динамічно розвивається, залучаючи все більше і більше людей до формування повноправної складової сучасної економічної системи як на рівні держави, так і в регіональному контексті. Звичайно, що все це відображається, аналізується, прогнозується у вітчизняній літературі здебільшого в мистецтвознавчому і культурологічному контекстах (В. С. Турчин, С. П. Батракова, К. Ю. Дьоготь, О. В. Холмогорова, О. К. Якимович, В. О. Подорога, О. А. Кривцун та ін.).

Проте світ так швидко змінюється як під дією глобальних мегатрендів, так і непередбачуваних факторів, що виникають новітні впливи й виклики і навіть парадокси, які потребують пошуку науково обґрунтованих відповідей як основи для розроблення концепцій та адекватних стратегій розвитку і самого мистецтва, і артринку.

Основою підготовки монографії стали методи аналізу й узагальнення різноманітного за тематикою матеріалу, що дозволили сформулювати принципи відбору теоретичних положень і їх формулювання, здійснити огляд стану мистецтва та артринку з позицій філософії, соціології, культурології, мистецтвознавства і, звичайно, економіки, простежити еволюцію їх розвитку у контексті двох типів світоглядних координат, що характеризують етапи становлення «світу мистецтва» та «екосистеми мистецтва», організації соціально-мистецьких процесів та інституційної взаємодії, обумовлених епохою постмодернізму та сучасними цивілізаційними викликами.

Застосування термінологічного аналізу дозволило простежити становлення основних понять мистецтва та артринку і набуття ними критеріїв оцінки соціально-економічних явищ. Загальнонауковий

теоретичний метод синтезу допоміг здійснити трансформацію основних понять означеної сфери дослідження в контексті дискурсивних практик. Системний підхід надав можливість структурувати теоретично-методологічну систему знання про артринок і його екосистему. Структурно-функціональним методом окреслено систему соціопросторових параметрів у мистецькому дискурсі, запропоновано певні концепти та акцентування уваги на творенні ними новітніх інституційних конструкцій. Основною інформаційною складовою цієї монографії є також кейси на основі уривків з творів художників, галеристів, експертів у сфері мистецтва, інтерв'ю з кураторами, музейниками, артдилерами, аукціоністами, що допомагають краще зрозуміти особливості зарубіжного, а особливо українського художнього ринку та виявити загальний стан і обґрунтувати тенденції формування екосистеми сучасного мистецтва.

Теоретична значимість отриманих результатів дослідження полягає в концептуалізації ролі і місця артринку в постмодерному суспільстві, що сприяє розширенню і поглибленню соціально-філософського знання останнього. Використання різних дослідницьких парадигм, зокрема некласичних під час аналізу виявлених проблем дозволило зробити низку узагальнених висновків про роль мистецтва у формуванні сучасного соціуму, про культурно-символічну складову в сучасних соціально-економічних відносинах. Практична значущість результатів дослідження полягає у можливості їх використання в загальних курсах мистецтвознавства, у спецкурсах з культурології, соціальної теорії загалом, економіки культури та мистецтва, а також для подальшого вивчення актуальних проблем ролі і місця екосистеми мистецтва в сучасному суспільстві. Матеріали дослідження можуть становити інтерес для працівників сфери культури та мистецтва, організаторів культурно-мистецьких проєктів і розробників мистецьких концептів.

Системне дослідження соціально-економічних характеристик артринку в українському суспільстві є необхідним для забезпечення державної політики щодо сфери мистецтва як основної складової культури: підтримки художників, упровадження механізмів надання культурних послуг, позиціонування українського мистецтва на світовому артринку, що актуалізує стрімкий розвиток художньої сфери, а отже посилить позиції сучасної української культури у суспільстві та світі.

## **PREFACE**

The roles of culture and art as important mechanisms of human self-development in the process of interaction with the environment and as a way to accumulate and absorb advanced knowledge by forming the system of values of human individual and collective existence presented in artistic images is becoming increasingly important in conditions of modern civilization development. Art as a process directed at disclosing the human artistic abilities based on the diverse vision of the universe expands the intellectual capacity of a person by suggesting new approaches to understanding the world. Due to one of the contemporary art advantages – its universal nature – a spectator has an opportunity to find for oneself what is truly interesting and impacts the forming of one’s values. Moreover, art not only contributes to detecting and understanding new aspects of reality with all its dynamic and diverse nature but also, being the perception tool, contributes to the level of human and society development in a certain historical period in the framework of the respective infrastructure. In conditions of the market economy, it is increasingly engaged in the economic relations area, thus forming a specific market phenomenon – the art market. Meanwhile, it is a component of another modern phenomenon – the artistic industry (creative economy).

In modern conditions, the art market contributes to developing the directions both related and not related directly to art by forming traditional and new industries stemming from the art products created by artists. It is directly related to such economically and socially important directions as culture, finance, tourism, logistics, marketing, and consulting. Nowadays, the segments of museums and art agents (auction houses and dealers) that sell the created artworks are quite developed in the world. Against this background, there is an increasing number of organizers of art fairs as powerful trading facilities and logistic companies specialized in art objects transportation. Media and scientific-technological art projects are also emerging, etc. Art tourism related to the public interest in contemporary art institutes and artworks is gaining popularity in tourism. It contributes to the growing competitiveness of a region/city, their image and status, and substantially impacts the promotion of contemporary art, establishment and development of art business, forming the creative professions class, and preserving and expanding the cultural heritage.

The so-called “alternative investment” in artworks allows both individuals and various organizations (different types of business, funds, etc.) to



save capital. Against this background, the respective segment of the financial sector is actively developing – specialized investment funds, art banking, artworks leasing, etc. Therefore, the role of the ecosystem phenomenon is increasing. In addition to establishing the interrelation between the participants of the art market and coordinating their actions, it constitutes the forming of mechanisms to detect entrepreneurial capacity, i.e. ability to transform ideas into specific results and create new value of art products. It is quite important in the time of strengthening the market leverages of the art process in the development of cultural/creative industries.

These and other matters urge the representatives of many socio-humanitarian sciences (history, philosophy, economy, sociology, psychology, culturology, art history) to study the art market. While historians research the process of classic art market creation and describe its various historical types, the economic theory studies the turnover of artworks and pays main attention to generating the ways of material estimation of symbolic benefits – market dimension of a cultural value, finding the factors influencing the artwork price, and developing the investment projects.

Of course, most issues addressed in this manuscript are disclosed from an economic point of view. Yet, the author has been interested in art development for many years. He considers it to be his worldview source in understanding the picture of the world and is also invested in its development problems, sharing an opinion that “the times when a good economist was the mathematician and almost physicist are over. Nowadays, those who have no deep knowledge in art, especially the contemporary one, have nothing to do in the economy – they won’t be able to understand the better part of new theories of the last 20 years”<sup>3</sup>.

Moreover, the monograph is a logical extension of the system of research, the results of which have already come into fruition<sup>4</sup>. Certainly, economists are currently far from a solution to numerous problems faced in the course of attempting the use of economic thinking to analyze such human development

---

<sup>3</sup> Bychkov V.V., Mankovskaya N.B., Ivanov V.V. Trilogue. Living aesthetics and modern philosophy of art. Moscow: Progress-Tradition, 2012.

<sup>4</sup> Davymuka S. A., Fedulova L. I. Regional innovative ecosystems: development directions in terms of European integration. Lviv: Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine, 2016; Davymuka S. A., Fedulova L. I. Creative economy: experience and development directions. Lviv: Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine, 2017; Davymuka S. A., Fedulova L. I. Cultural imperative of socio-economic development: civilization approach. Lviv, Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine, 2019.

domain as art. Yet, it doesn't mean that it is not worth finding the answers to them. At long last, a range of issues related to the economic foundations of art possibly will turn out to be suddenly close to the problems of the modern post-industrial economy. Economists should systemically work on their solutions to provide sense to their explanations and prognosis.

Therefore, the monograph aims to present the complex research of the place and role of the art market as an ecosystem of various levels and component of the general economic system in conditions of the post-modern society; to define the creative contribution of art in the processes of forming the institutional environment and social construction of reality and communications; to consider the features of a status position of a contemporary artist; to research the nature of interrelation between modern society and market to estimate their perspectives.

The theoretical-methodological foundations of the monograph include the classical works of researchers that examine the culture and art markets, their history and modern condition (namely, P. Bourdieu, who suggests the classification of symbolic goods markets; D. Throsby, who analyzes the interrelation between the cultural and economic values and considers the possible areas to apply the phenomenon of cultural capital, including based on economic analysis; classical works of J.-F. Lyotard, J. Baudrillard, Z. Bauman, J. Habermas, P. Berger, and T. Luckmann, etc. devoted to general characteristics of the post-modern society and the place of culture in it, as well as social dimensions of contemporary culture and art; scientific studies of J. K. Galbraith, who devotes a chapter in *Economics and the Public Purpose to art*, etc.); studies of T. Adorno, M. Guyau, É. Durkheim, G. Simmel, who outline the social aspect of art; works of O. Aronson, W. Benjamin, B. Groys, J. Ortega y Gasset, who analyze the functioning of contemporary visual arts, and other studies that suggest a new paradigm of art and outline the infrastructure of art environment, social and professional status of contemporary artists and their relations with institutions that represent the contemporary market. Scientific provisions of L. Boltanski, E. Chiapello, P.-M. Menger, N. Bourriaud, etc are beneficial for understanding the contemporary art market in terms of interrelation between art and market economy.

From the moment Ukraine became an independent state, various artistic trends grounded on disclosure of national schools and consideration of trends and principles of the Western art market have been actively developing, and commercial art galleries and other institutions have been opening. Therefore, the model of the national art market is being formed. The art business is

dynamically developing and attracting more and more people to forming the legitimate component of the modern economic system both on the state level and in the regional context. It is represented, analyzed, and forecasted in domestic literature mostly in terms of art history and culturology (Turchyn V.S., Batrakova S.P., Dyohot E.Y., Holmohorova O.V., Yakymovych A.K., Podoroha V. A., Kryvtsun O.A., etc.).

However, the world is changing so fast under the impact of global megatrends and unpredicted factors generating new challenges and even paradoxes that require the search for scientifically substantiated solutions as the ground for elaborating the concepts and adequate development strategies for the art and art market.

The monograph is prepared based on the methods of analysis and generalization of materials diverse by subjects. It contributes to formulating the principles of selecting the theoretical provisions and their development by reviewing the condition of art and art market from the viewpoint of philosophy, sociology, culturology, art history, and economy, of course. It also helps to trace the evolution of their development in the context of two types of worldview coordinates that characterize the development stages of “art world” and “art ecosystem” and the organization of social-art processes and institutional interaction stipulated by the post-modernism era and contemporary civilizational challenges.

The use of terminological analysis has contributed to tracking the establishment of main notions in the art and art market and acquisition of criteria of socio-economic phenomena evaluation by them. The general scientific theoretical synthesis method has helped to transform the main notions of the defined research domain into specific discourse practices. The system approach has provided an opportunity to structure the theoretical and methodological system of knowledge about the art market and its ecosystem. Based on the structural-functional method, the system of socio-spatial parameters in the art discourse is explained, certain concepts are suggested, and special attention is paid to the way they create new institutional constructions. Another informational component of the monograph includes the cases based on excerpts from the works of painters, gallerists, and experts in art, interviews with curators, museum workers, art dealers, auctioneers that help better understanding the features of foreign and especially Ukrainian art market, revealing the general condition, and substantiating the trends of forming the ecosystem of modern art.

The theoretical significance of received research results lies in the conceptualization of the art market’s role and place in the post-modern

society that contributes to the expansion of socio-philosophical knowledge of the latter. The use of various research paradigms, including the non-classical ones, in the analysis of detected problems has helped to make a range of generalized conclusions on the role of art in forming the modern society and on the cultural and symbolic component in modern social and economic relations. The practical value of the research results includes an opportunity to use them in general art history courses, social courses on culturology, social theory in general, economy of culture and art, and for further examination of urgent problems of the art ecosystem's role and place in modern society. The research materials can be of interest for employed in culture and art, organizers of cultural and art projects, and art concepts developers.

The system research of the art market's socio-economic features in Ukrainian society is necessary to secure the public policy in art as the main culture component: support of painters and implementation of the mechanisms of cultural services provision and Ukrainian art's positioning on the global art market. It will boost the development of the art domain and strengthen the positions of modern Ukrainian culture in society and the world.

---

**Розділ 1.**  
**Мистецтво в сучасних умовах**  
**розвитку суспільства**





### **1.1. Соціально-історичний контекст мистецтва**

Як відомо, мистецтво існувало ще з давніх часів, починаючи з примітивних малюнків на стінах печер, зроблених первісними людьми, коли людина прагнула відобразити своє світосприйняття, і до сучасних художніх практик як актуального виду мистецтва, здатного критично відображати сутність культурного самосприйняття свого часу.

Ретроспектива показує, що в певні епохи мистецтво було провідною формою суспільної свідомості за існування різних форм ідеології. Роль мистецтва полягала в тому, що це була сфера, де формувались та втілювались в життя головні духовні принципи епохи, а саме: гуманізм, утвердження єдності людини та природи, відтворення чуттєвого сприйняття світу. Так, в епоху Відродження саме в мистецтві як у своєрідній ідеальній моделі утверджувались принципи сприйняття навколишнього світу, які прийшли на зміну релігійного світосприйняття як основного в системі загального споглядання. Особливо слід вказати на роль живопису, який відображав візуальну орієнтацію нового історичного типу культури. У середині XIX ст. мистецтво найбільш повно відповідало духу культури, яка прагнула проаналізувати людську поведінку, оцінити конкретні обставини, відтворити нормативність суспільної свідомості та психології, характерної для стабільної епохи. Заслуговує на увагу також подальше динамічне взаємопроникнення прийомів різноманітних видів мистецтв як закономірність художнього життя кризових періодів, що відзначаються нестабільністю фундаментальних цінностей духовної культури й проявляються в якісно нових відносинах як всередині самого мистецтва, так і в загальному соціокультурному контексті.

У періоди суспільного розвитку, обумовленого дією технологічного імперативу, мистецтво отримує нові технічні можливості, які збагачують виразні засоби художньої творчості, прискорюють способи поширення художньої продукції по всьому світу, забезпечуючи таким чином як зростання іміджу художника, авторитету національних художніх шкіл, так і формування міжнародного художнього ринку та розвиток його інфраструктури. Так, з появою інформаційно-комунікаційних технологій, а далі – цифрових технологій пришвидшуються і полегшуються можливості комунікації у сфері мистецтва, необмежена кількість глядачів (публіки) сьогодні має можливість вступати в контакт з класичними творами, а новітні технології змінюють сам процес виробництва художнього витвору, роблячи його різноманітним і змістовним.

Водночас поширюється й обґрунтовується думка, що критерії мистецтва у сучасному світі занадто спотворені ринковими факторами, насамперед у своєму прагненні відповідати запитам покупця. Так, фахівець з питань мистецтва і філософії Артур Данто зазначав, що мистецтво померло, коли Енді Ворхол створив свою знамениту серію «Кемпбелл» і назвав це мистецтвом<sup>5</sup>. Проте нове покоління поціновувачів прекрасного вважає, що «воно все ще живе, якщо абстрагуватися від комерційного успіху твору. Або ж помирає кожного разу, коли чергова абстракція б'є ціновий рекорд, а потім народжується знову».

Практика показує, що будь-який вид мистецтва як інноваційно-креативний вид діяльності, що виконується автором, може нести в собі творчий і руйнівний характер. Творчий, якщо він започаткований на духовному розвитку, і руйнівний – якщо заснований на стереотипі відповідної ідеології, що заперечує існування загальнолюдських цінностей. Саме тому роль мистецтва у світі загалом, безумовно, величезна як в контексті впливу творчої детермінанти, так і за руйнівною силою. Особливо це явно проявляється в сучасному глобалізованому світі, у період загострення усіх типів криз і конфліктів як результат дії споживацької психології людини, що все більше приводить до переваги матеріального світу над духовним, емоції над розумом.

На думку деяких експертів, в умовах глобалізації у сфері мистецтва, як і в інших сферах суспільного життя, активно застосовуються інструменти глобальної взаємодії, які широко впроваджуються в практику соціальної дії в суспільстві. Відносини комунікації стають формами мистецтва, а ці форми, своєю чергою, моделюють та ініціюють нові соціальні відносини і середовище. Таким чином, у своїх нових формах витвір мистецтва стає не лише об'єктом рефлексії, але також формою і місцем рефлексії. Отже, кожний витвір мистецтва вміщує відбиток відповідного періоду часу, виступаючи продуктом суспільного розвитку та відповідного духовного середовища. За таких умов, ті з них, що долають виклики свого часу, стають надбанням наступних поколінь, стверджуючи тезу, що справжні шедеври мистецтва втілюють загальнолюдське та вічне, і включаються у світовий фонд художньої культури.

У цьому контексті, мистецтво ХХІ ст. – це відображення нашого сьогодення життя, яке передає настрій, проблеми, бажання і сподівання сучасної епохи. Це мистецтво, де у витворах сучасних художників відображаються поруч фантастика і реальність, які

---

<sup>5</sup> Danto A. The End of Art: A Philosophical Defence. *History and Theory*. 1998. Vol. 37. No 4. Theme Iss. 37. URL: <http://www.jstor.org/stable/2505400>



можна сприйняти за міраж, ілюзію, обман зору. Саме таке враження справляють на невідготовленого і недосвідченого глядача шедеври іменитих майстрів сьогодення. Так, оригінально-причудливо-казкові інсталяції прикрашають міські парки і сквери, дивуючи перехожих, особливо ті з них, що виконані в стилі *лендарт* (лендарт – напрям у мистецтві, що виник у США в останній третині ХХ ст. і отримав значну популярність і знайшов своїх послідовників на Заході). Загалом мистецтво нашого часу дуже різноманітне, різнополюсне, а сучасна творчість відрізняється різноманітністю стилів і напрямів, багато з яких поки що не завжди зрозумілі пересічному громадянину. Та все ж люди навчилися бачити красу в новому образі. Хтось зображує прості сюжети, а дехто вимагає складних філософських уявлень про світ. Важливо, щоб залишалася ідея духовності людини, а техніка і матеріал, як і раніше, відігравали важливу роль у відображенні картини світу.

## 1.2 Мистецтво як феномен культури

У широкому сенсі мистецтво – досконале вміння в якійсь справі, галузі; майстерність. Розвиток мистецтва як елементу духовної культури обумовлюється як загальними закономірностями буття людини, так і естетично-художніми закономірностями, естетично-художніми поглядами, ідеалами й традиціями діяльності, що загалом становить собою унікальний суспільний феномен.

Ю. Лотман відносить мистецтво до категорії бінарності, вважаючи, що витвір мистецтва подвійний за своєю природою: з одного боку, він ідеальний, оскільки як факт суспільної свідомості відображається у низці теоретичних уявлень людини, а з другого – він матеріальний, бо відтворення дійсності може бути реалізоване лише через певну матеріальну структуру, що відтворює структуру явища, котре зображується. Перейшовши зі сфери художнього задуму до практики матеріального втілення, витвір мистецтва, з одного боку, зберігає ідеальні властивості, а з другого – сам стає явищем дійсності. Отже, як чинник зміни способу буття, він володіє подвійною активністю – ідеальною та матеріальною<sup>6</sup>. Як важлива складова духовної культури, мистецтво з самого початку історії людства було виключно засобом усвідомлення світу та духовного розвитку особистості. Кожна історична епоха характеризується своїм розумінням мистецтва та його місця в

<sup>6</sup> Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М.: «Гнозис», 1994. 560 с.

культури. Найбільш помітно проявляється роль мистецтва у прагненні суспільства до сталого розвитку, коли необхідним стає поєднання матеріального та духовного начал, цивілізації та культури. Це допомагає гуманістично орієнтувати усі сфери соціально-культурного розвитку, морально наставляє суспільство. Отже, мистецтво – це ядро художнього життя та культури, її найважливіша складова, навколо якого створюються і функціонують інші пласти художнього життя; це особливий вид духовно-практичного освоєння дійсності в художньо-образній формі за законами краси; образ як модель художнього бачення та відчуття, якому мистецтво надає виразності та художньої цінності, де митець має змогу досягнути світосприйняття цілісно та передати його естетично.

Постійно збагачуючи суспільство новими художніми творами, мистецтво створює основу художньої культури. Будь-які суттєві зрушення в розвитку мистецтва виявляють (прямо або опосередковано, відразу або з часом) вплив на все художнє життя суспільства. Мистецтво формує такі якості людини, як увага, творчий підхід до життя, усвідомлення того, що не в змозі отримати від власного життєвого досвіду, оскільки через соціально-просторову та соціально-часову обумовленість досвід окремої людини завжди обмежений. Сила мистецтва – у його цілісному впливі на людину, що обумовлено образною природою художніх витворів. Мистецтво через емоції та переживання змушує критично сприймати дійсність. Отже, мистецтво – важливий аспект культури, особливий вид творчої діяльності, який створює образні та символічні структури, що є відображенням картини світу відповідного етапу соціокультурного розвитку та смислами цивілізаційних змін.

Сучасні культурологічні дослідження намагаються представити мистецтво в системі інших феноменів культури. Так виникають характерні ознаки національної та глобальної культур, високої та низької, масової та елітарної культури. Мистецтво, будучи унікальною та самобутньою формою діяльності, не лише відображає у своєму розвитку пануючі уявлення культури, але й активно бере участь у становленні нових сторін суспільної свідомості, психології, поглиблюючи потенціал людини, сприяючи процесу її самовдосконалення<sup>7</sup>. Водночас мистецтво

<sup>7</sup> Мистецтво як феномен культури. Генезис мистецтва, формування його видової структури. Поняття про актуальний вид мистецтва. URL: <https://sites.google.com/site/hudoznakultura15/mistectvo-ak-fenomen-kulturi-genezis-mistectva-formuvanna-jogo-vidovoie-strukturi-ponatta-pro-aktualnij-vid-mistectva>

покликане не лише радувати естетичне відчуття людини, а й слугувати вираженням позиції художника-автора до світу і спонукати глядача до формування або усвідомлення власного ставлення до світу. Якщо така функція реалізується, то в такому разі сучасне мистецтво дійсно можна вважати справжнім мистецтвом<sup>8</sup>.

Якщо розглядати сучасне образотворче мистецтво, знаходимо безліч різних напрямів, де автори, прагнучи надати своїм роботам глибинний сенс, інколи обмежуються формою, що відображає особисті переживання і швидкоплинні почуття творця.

Відомий сюрреаліст С. Дали писав про свою картину «М'які години»: «Це було одного разу увечері, я втомився, у мене була мігрень – надзвичайно рідкісне у мене погіршення здоров'я. Ми повинні були піти з друзями в кіно, але в останню мить я вирішив залишитися удома. Галя піде з ними, а я ляжу раніше. Ми поїли дуже смачного сиру, потім я залишився один, сидів, спершись ліктем на стіл, і розмірковуючи над тим, який «суперм'який» плавлений сир. Я встав і пішов в майстерню, щоб, як завжди, кинути погляд на свою роботу. Картина, яку я збирався писати, представляла пейзаж околиць Порт-Льїгата, скелі, нібито осяяні неясним вечірнім світлом. На першому плані я накидав обрубаний стовбур безлистої маслини. Цей пейзаж – основа для полотна з якоюсь ідеєю, але якою? Мені треба було чудове зображення, але я його не знаходив. Я відправився вимкнути світло, а коли вийшов, буквально «побачив» рішення: дві пари м'яких годинників, одні тужливо звисають з гілки маслини. Незважаючи на мігрень, я приготував палітру і взявся до роботи. Через дві години, коли Галя повернулася з кіно, картина, яка повинна була стати однією з найзнаменитіших, була закінчена<sup>9</sup>.

Існує думка критиків, що в роботах, які обмежуються формою, швидкоплинні почуття творця не несуть нічого корисного для інших людей, тому що вони є відображенням моментів самопочуття художника, яке навряд чи може мати значення за межами цього зникаючого моменту. «У старому мистецтві було важливе любовне,

<sup>8</sup> Емельянова М. А. Дискусии о современном искусстве: компаративистский анализ путей разрешения. *Ученые записки: электронный научный журнал Курского государственного университета*. 2015. № 2 (34). [file:///c:/users/acer/downloads/diskussii-o-sovremennom-iskusstve-komparativistskiy-analiz-putey-razresheniya%20\(5\).pdf](file:///c:/users/acer/downloads/diskussii-o-sovremennom-iskusstve-komparativistskiy-analiz-putey-razresheniya%20(5).pdf)

<sup>9</sup> Дали С. Тайная жизнь Сальвадора Дали, рассказанная им самим. *Livelib*. URL: <https://www.livelib.ru/book/1000320311-tajnaya-zhizn-salvadora-dali-napisannaya-im-samim-salvador-dali>



Сальвадор Далі «Постійність пам'яті»

сумлінне зображення реального світу. Особа художника більш-менш відступала на задній план перед його. У новітньому мистецтві якраз навпаки – те, що робить художник, усе більш зводиться до чистого знаку, знамення його особи. Одним словом, те, що зроблено, зовсім не важливе. Важливий жест художника, його поза, його репутація, його підпис, його жрецький танець перед об'єктивом кінематографу, його дивовижні діяння, що розголошуються на весь світ»<sup>10</sup>.

Саме в цьому висловлюванні проявляється одна з характерних тенденцій розуміння мистецтва в наш час. Загальна сутність такої думки полягає в тому, що, створюючи роботи, які відображають лише самопочуття художника на момент створення цієї роботи або ж зображують мистецтво красивою формою, що не несе ніякого сенсу взагалі, творець позбавляє людство можливості наблизитися до розуміння навколишньої дійсності, природи, суспільства, людини, а також і самого себе. Вигадані міфічні утопії, абстрактні сюрреалістичні картини, зваблivi чарівливі пейзажі без будь-якого глибокого підтексту відводять думки в небуття і не спонукають до роздумів про недосконалість сучасного світу.

<sup>10</sup> Лифшиц М. А. Почему я не модернист? М.: Искусство – XXI век, 2009. 606 с.

Загалом нинішня ситуація в суспільстві показує, що це вкрай спірне питання, оскільки суттєво змінюється сам алгоритм розуміння й усвідомлення сприйняття художнього твору, що залежить від багатьох факторів, про які ми будемо говорити в подальших розділах. Отже, усе більше ідентифікується й актуалізується протилежна від класичного розуміння думка, що стає основою змісту і форми сучасного мистецтва як прояв особливостей його еволюції.

**Відомі люди про ринок мистецтва, події, що стосуються його, а також ситуації в культурі і в економіці<sup>11</sup>.** *Михайло Піотровський:* «...Мистецтво взагалі стає світом мільйонерів, працює за правилами тоталізатора. Привабливість мистецтва для широкої публіки теж починає визначатися ціною та ім'ям. Якщо картина без імені [художника] – вона хороша чи погана? В Ермітажі колись було картин двадцять нібито Леонардо да Вінчі, потім з'ясувалося, що усі вони ніякі не Леонардо да Вінчі і так би мовити втратили свою славу... Ми в Ермітажі любимо влаштовувати дискусії, виставляємо речі школи Леонардо, щоб обговорити, що таке школа *Леонардо*. Ми не боїмося: будучи поза ринком, можемо собі це дозволити. А трохи ближче до ринку дуже небезпечно – люди побоюються виносити судження, багато хто відмовляється проводити експертизи. Ми робимо експертизу тільки для себе, ніколи на сторону... Ринок сучасного мистецтва абсолютно точно перегрітий, і це страшна річ. Це призводить не лише до того, що музеї не можуть нічого купити – і сучасне, і класичне мистецтво – через абсолютно неадекватні ціни. ...Зараз інша велика проблема – з меценатами, які зробили свої музеї ... Музеї виявляються під загрозою, якщо виникають труднощі у власників, банкрутують фірми, на гроші яких створювалися колекції. Треба шукати спосіб, щоб ці інституції продовжували існувати саме в тому вигляді, у якому були створені.

У цьому контексті погоджуємось з думкою тих, хто вважає, що сьогодні для нормального розвитку людини потрібно вивчати й аналізувати багатства культури, напрацьовані усіма попередніми поколіннями, звертаючи увагу на реальний стан справ і прагнучи змінювати ситуацію на краще. Сучасне мистецтво починається там, де форма не використовується як готовий інструмент для передачі

<sup>11</sup> #економика культуры. Прямая речь. Октябрь 2019. Ч. 1. *ARTInvestment*. RU. 10.10.2019. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20191010\\_interview\\_list\\_october.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20191010_interview_list_october.html)

образів, але де вона всякий раз наново відкривається. Коли художник прислухається до неї, розкриває її можливості. Звичайно, для розуміння мистецтва наших днів потрібно знати постмодернізм, тоді стають зрозумілі завдання, які ставлять сучасні художники й прагнуть їх реалізувати. Важливо знати й ті проблеми, до яких прагнуть долучитися сучасні художники: екологічні, соціальні, психологічні. А останнім часом додалися безпекові, воєнні. Нарешті, необхідно розуміти, яку ідею осягає сам художник. Яким чином звичні питання (побутові, соціальні або політичні) піднімаються в його творчості до ступеня ідеї, набувають загального характеру, перестають бути особистими емоціями. Тоді стане зрозумілим, як форма допомогла художникові одночасно набути ідеї і розкрити її.

Звичайно, коли мова йде про те, щоб займатися мистецтвом на професійному рівні (як мистецтвознавець, художник, куратор, критик), то слід здобути спеціальну освіту. Якщо є бажання не лише споглядати, але й розуміти, то тут допоможе досвід споглядання й системна база спеціальних знань та умінь критично оцінювати дійсність. Постійні відвідини музею, побачені й осмислені твори є шляхом до формування налагодженої системи сприйняття. Безперечно, чим більше ми зустрічаємося з сучасним мистецтвом, тим більше воно нам відкривається і стає зрозумілим. Водночас перевага сучасного мистецтва в тому, що воно говорить сучасною мовою, отже цього буде достатньо для того, щоб легше «порозумітися» і збагатити своє життя новим сенсом. У сучасному мінливому світі, який наповнюється все новими фарбами, мистецтво, як і раніше, допомагає сформувати нове сприйняття краси і смаку.

Як зазначає О. Кривцун, «критерій «культурності» мистецтва не може зводитися тільки до міри його впливу на процес збагачення пізнавальних здібностей людини. У найзагальнішому вигляді вирішення питання про взаємозв'язок загальнокультурного і художнього таке: на кожному історичному етапі кордони мистецтва ширші за поняття культури настільки, наскільки художньо перетворені способи самореалізації людини перевершують загальноприйняті норми цієї культурної епохи. Отже, суперечливе становище мистецтва в системі духовної культури викликано його подвійністю, амбівалентністю... Критерій віднесення художнього до культурного, таким чином, не є незмінним протягом історії. Він змінюється в міру того, як розширюються уявлення про

форми людської діяльності, що відносяться до сфери легалізованого, загальноприйнятого, адаптованого»<sup>12</sup>.

Соціальна сутність мистецтва полягає у тому, що художній розвиток суспільства обумовлений особливостями природно-історичного процесу, тобто його розвиток розкриває характерні закономірності, що пов'язані з певними періодами становлення культури. Звідси, мистецтво – це одна з форм суспільної свідомості; вид людської діяльності, що відображає дійсність у конкретно-чуттєвих образах, відповідно до певних естетичних ідеалів. «Мистецтво, – зазначає Ю. М. Лотман, – відтворює принципово новий рівень дійсності, який відрізняється від неї певним збільшенням свободи. Свобода привноситься в ті сфери, які в реальності її не мають. Безальтернативне стає альтернативним... Воно уможливило не тільки заборонене, але і неможливе. Тому щодо реальності мистецтво виступає як сфера свободи»<sup>13</sup>.

Аналіз сучасних поглядів науковців дозволяє констатувати, що мистецтво є частиною культури, до того ж найбільш важливою і системоутворюючою. У цьому контексті культура – це передусім система художніх образів, створених творчістю художників, композиторів, письменників, поетів і т. ін. З позицій культурології, пояснюється це тим, що в Новий час (нова історія – період між Середньовіччям і Новітнім часом) саме образи літератури і мистецтва стали головними еталонними вимірами доміантних культурних патернів, об'єктом соціального впливу і наслідування. Очевидно, на думку А. Флієра, у зв'язку з цим і відбулася сутнісна контамінація (*лат. contaminatio* – змішування) понять мистецтва і культури (характерна саме для Нового часу), їх об'єднання в єдину галузь діяльності. Такий погляд сьогодні переважає і в системі державного управління культурою; у більшості держав світу міністерства культури займаються насамперед підтримкою мистецтва<sup>14</sup>. У контексті зазначеного, культура і будь-яке культурне явище ставить за мету соціалізацію, об'єднання, організацію діяльності і способу життя в колективних формах, формування локальної ідентичності. Культура – це насамперед інструмент порозуміння, універсальний засіб зняття конфліктної напруги в міжособових стосунках, основа для досягнення згоди учасників комунікації. Мистецтво ж цілей соціальної інтеграції усвідомлено не переслідує, хоча латентно сприяє їй. Основна соціальна

<sup>12</sup> Кривцун О. А. Искусство как феномен культуры. *Вопросы теории искусства*. 2018. № 1. С. 2-31.

<sup>13</sup> Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб.: Искусство, 1998. 704 с. С. 13-285.

<sup>14</sup> Флиер А. Я. Искусство в культуре или культура в искусстве?. *Культура культуры*. 2019. № 1. URL: <http://cult-cult.ru/art-in-culture-or-culture-in-art/>



мета мистецтва полягає у створенні образів емоційного ставлення до світу, інтерпретованих у межах особистого життєвого досвіду художника/письменника/музиканта/режисера та ін.<sup>15</sup>

Ми є прибічниками чіткого теоретико-методологічного розмежування науки про культуру і науки про мистецтво, як «дотичних лише по дотичній». Мистецтво не може бути задовільно пізнане науковими методами культурології, оскільки культурологія вивчає об'єкт з точки зору його соціальної прийнятності (основне питання культури), а не з точки зору його художньої якості (основне питання мистецтва)<sup>16</sup>. Проте все змінюється в сучасному світі, і вже зараз ми все більше можемо спостерігати їхній взаємозв'язок, особливо в епоху розбудови цифрової цивілізації, започаткованої на технологіях штучного інтелекту.

Паскаль Гілен і Тайс Ляйстер у своїх дослідженнях констатують, що культура – це всеохоплюючий «спосіб життя», а творчість (у різних царинах, зокрема економіці, політиці й освіті) може його змінити. Утім, творчість як така є самоціллю лише в царині мистецтв. Саме тому, хай би як парадоксально це не звучало, панівним стандартом у мистецтві є нестандарт. Іншими словами, важливе правило мистецтва – те, що правила треба зламати, попри економічні, політичні й освітні рамки чи (як засвідчує новітня історія мистецтв) юридичні, етичні, екологічні й медичні обмеження. Проте мистецтво не має монополії на впровадження до культури нестандарту і, тим паче, на суб'єктивізаційні практики. Соціокультурний сектор часто пропонує форми співіснування, що перебувають поза знайомими стандартами, а сектор культурної спадщини часом відкриває історії, які можуть спричинити екзистенційну кризу, що зачіпає нашу суб'єктивність. Той факт, що, починаючи з історичного авангарду, значна частина мистецького світу ставила це собі за основну мету, ще не значить, що мистецтво найбільше впливає на культуру. Крім того, (1) певний ступінь загравання з нестандартом – очікуваний елемент мистецтва, а отже ми звикаємо до такої своєрідної поведінки; а (2) мистецтво намагаються звести до світу вигадок і подати як відірване від реального життя. Це обмеження не тяжіє над «правдивими історіями», які можна несподівано оприлюднити спільнотами мігрантів у нас на порозі чи комп'ютерними іграми

<sup>15</sup> Флиер А. Я. Искусство в культуре или культура в искусстве?. *Культура культуры*. 2019. № 1. URL: <http://cult-cult.ru/art-in-culture-or-culture-in-art/>

<sup>16</sup> Давимука С. А., Федулова Л. І. Культурний імператив соціально-економічного розвитку: цивілізаційний підхід. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», Львів, 2019. 526 с.





та смартфонами, які прикрашають, а часом руйнують нашу роботу, публічне й домашнє життя<sup>17</sup>.

Ці та інші питання вимагають подальшого дослідження й актуалізації тих аспектів, що обґрунтовують взаємовплив та взаємозв'язок між культурою та мистецтвом в наш непростий час невизначеності та перманентних криз. Процес формування сучасного знання про культуру і мистецтво через дослідження альтернативних варіантів їх розвитку передбачає наявність, окрім сучасних культурологічних і мистецтвознавчих концепцій, системних досліджень на стику багатьох наук, а специфіка осмислення сучасного мистецтва полягає не лише в тому, аби вивчити його існування у контексті змін, а в тому, аби розкрити сутність змін, що відбуваються, та їх вплив як на соціокультурний простір, так і на соціально-економічний розвиток держав, регіонів, територій, тобто на формування тих факторів, що, своєю чергою, обумовлюють особливості «культурного поля», а в умовах ринкових відносин – особливості екосистеми мистецтва.

<sup>17</sup> Гілен П., Ляйстер Т. Культура в підмурках громадянського суспільства. К.: IST Publishing, 2018. 120 с.

### 1.3. Витоки та особливості видів мистецтва

Історичний підхід до вивчення мистецтва показує, що форми художньо-творчої діяльності людини обумовлюють видову специфіку мистецтва, а існування естетичного імперативу, що перебуває в тісному зв'язку з розвитком культури та цивілізації, призводить до появи різних видів мистецтва. Звичайно, одна й та ж дійсність сприймається по-різному музикантом і художником, а отже відповідно відображається в різних видах мистецтва. У наш час, коли природний талант людини поєднується з новітніми технологіями, створюються принципово нові напрями в мистецтві. Окрім того, мистецтвознавці наголошують на розгалуженні професійного мистецтва і народної непрофесійної творчості – фольклору, і рекомендують розглядати ці види мистецтва окремо.

Важливо також враховувати ту обставину, що художній розвиток людства відбувається у двох зустрічних процесах: від *синкретизму* давнини, для якої характерне єдине художнє мислення до створення окремих видів мистецтва (спочатку відокремлюється танець, пісня, музика, театр, література, у XIX ст. формується художня фотографія, у XX ст. – кіно та телебачення); від окремих мистецтв – до їх *синтезу* (наприклад, кіно – і окремих видів мистецтва, і синтез низки мистецтв; архітектура вступає в синтез з монументальним живописом і скульптурою). Причиною розподілу мистецтва на види є багатоаспектність типів практики людини у сфері художнього опанування світу. Так, І. Кант багатоаспектність мистецтва вбачав у багатстві здібностей суб'єкта, Г. В. Ф. Гегель – у внутрішній диференціації об'єктивної ідеї, а французькі матеріалісти – у відмінностях художніх засобів, якими користуються поети, музиканти, художники та ін. Окрім того, види мистецтва пов'язані з конкретно-історичним періодом, соціально-політичною ситуацією, культуротворчим процесом, науково-технологічним розвитком тощо, а їхнє розмаїття дає змогу пізнавати світ у всій його складності та багатогранності. Співвідношення між мистецтвами, їх більша чи менша близькість, їх внутрішня схожість, взаємне тяжіння та протистояння є історично динамічними, про що зауважував у свій час Гегель, передбачаючи вірогідність зближення музики та живопису й тяжіння скульптури до живопису.

У цьому контексті послідовність розгляду видів мистецтва зумовлена їх природно-специфічними ознаками і, як правило, починається з розгляду образотворчих мистецтв: *архітектури, скульптури та живопису*, далі – види мистецтва, природа яких тією

чи іншою мірою пов'язана з принципом «синтезу»: *хореографія, театр і кінематограф; музика*, як найабстрактніше з усіх мистецтв, посідає «золоту середину», і *література*, яка займає особливе місце в структурі видової специфіки мистецтва. З позицій естетичного підходу, статус самостійних отримують *прикладне та декоративне мистецтво, графіка*, але певною мірою вони є похідними від класичних образотворчих мистецтв – скульптури та живопису. Крім того, як види мистецтва виокремлюються *цирк, фотографія та телебачення*, хоча вони і не належать до класичних.

У сучасному світі візуальні мистецтва (що включають такі напрями як образотворче мистецтво, конструктивне мистецтво і декоративно-прикладну творчість) – сукупність різних галузей творчої діяльності, спрямованих на створення художніх виробів з утилітарними і художніми функціями (наприклад, ковальство, кераміка, гобелен, вітраж тощо) набувають особливої актуальності внаслідок зростання впливу зорових образів на свідомість сучасного суспільства, формування його ціннісних переваг і створюване ним середовище. Посилення ролі візуалізації (висока швидкість виробництва і застосування візуальних продуктів, зв'язок життя сучасної людини з цифровими засобами комунікації і т. ін.) викликає появу великої кількості нових творчих напрямів, а також надає візуальній культурі статус домінуючої в сучасному суспільстві.

Найбільш яскраво проблеми сучасного мистецтва проявляються під час розгляду появи та функціонування таких напрямів художньої культури як модернізм і постмодернізм. Виникнення модерну як прагнення зміни світобачення сучасної людини, як нового ставлення до життя, що яскраво виражається в художній культурі та мистецтві сучасності, пов'язане з новими реаліями, які приніс початок ХХ ст., серед яких відмова від традицій, прагнення до постійної новизни як наслідок розпорошеності людського «Я», розбалансованості внутрішніх патернів людської дійсності, що, звичайно, відображається і в художньому житті. Нерідко в модернізмі художник намагається не стільки досягти гармонії форми та змісту, скільки через розірваність, і навіть якоюсь мірою потворність, показати внутрішній сенс свого відчуття світу. За цих обставин, мистецтво, що відображає такий стан людини, митця, не завжди відповідає на виклики в наших пошуках гармонії. Водночас розвиток модернізму як спрямування, можливий у постійному протиставленні традиції.

Слід зазначити, що явище модернізму та авангардного мистецтва досі викликає дискусії у дослідників щодо його ціннісного навантаження,

сутності та історичної виправданості, тих наслідків, які воно несе в собі на протигагу класичному мистецтву, де розуміння людяності, гуманізму, культури, що були виплекані на ідеалах розуму, захопили представників класичного мистецтва й на цих засадах було створено велику кількість творів мистецтва, які відповідали покликанню людини. Окрім того, саме класичним мистецтвом були сформовані й власні принципи, що визначили напрями розвитку художньої культури (зокрема, умовність мистецтва, що дозволяє завжди розрізнити мистецтво та немистецтво, унікальність художнього твору, яка вбачає головним у творчості художника роботу з матеріалом і формою; напрям і стиль, які забезпечують спадкоємність та історичний контент у мистецтві).

Так ось, авангард відмовився від усього, на що орієнтувалося класичне мистецтво, проте найважливіша ознака людської особистості – духовність залишилася одним з основних його питань. Без перебільшення можна сказати, що авангард розширив і збагатив новими гранями функціональне розуміння людини, поглибив поняття художності та спадкоємності культур. І хоча авангард зруйнував зв'язки з класикою та раціоналізмом у європейській культурі, але в ньому знайдено те, що пов'язує його з дораціональними міфологічними та іншими формами ранніх культур. Отже, обмеживши інтелектуальне сприйняття, авангард цілком повернувся до інстинкту та емоції, безпосередності та спонтанності. Розкріпачення чуттєвості було реакцією на раціоналізм Нового часу, реакцією на примітивізм та обмеженість здорового глузду людини.

Проте для послідовних прибічників модернізму властивою є думка, що авангард прагнув зруйнувати традиційні класичні форми, котрі, оскільки є класичними, мають відтворюватися для кожного наступного покоління. Зокрема, поширюється думка, що людина не може усвідомити світ та освоїти його в пластичних образах, а зі сфери усталених традицій вилучаються всі реалістичні епохи і взагалі всі фігуративні явища мистецтва минулого, натомість упроваджується традиція, за якою творення чи художнє пізнання світу відбувається лише у сферах модернового мистецтва. Отже, модернізм переосмислює саме підґрунтя, на якому базується класичне мистецтво. Саме в межах модернізму були відкриті та розроблені нові художні методи та засоби: потік свідомості, колаж, асоціативний монтаж, які вагомо вплинули на розвиток мистецтва минулого століття.

З кінця 60 рр. ХХ ст. модернізм поступається своїми позиціями постмодернізму й розкриває такі нові тенденції, які окреслились

в культурній самосвідомості розвинутих країн Заходу. Загальною спрямованістю цих настроїв стає боротьба проти канонів і класичних прийомів, а головна тенденція постмодернізму – принципова несистематичність. Прибічники постмодернізму намагаються обґрунтувати свій ідейний принцип досвідом світової художньої культури, але не для просвітництва, а з метою піддати його іронії. Тому серед основних рис постмодернізму виділяється так званий принцип «подвійності», що складається з одночасної орієнтації на масову публіку та еліту; звернення до забутих художніх традицій; стилізований плюралізм (відео, інвайронмент, хепенінг та ін.); звернення до гротескних типів художньої образності, іронії, ілюзії; художній експансіонізм, який розширює та ототожнює розуміння мистецтва з позахудожніми сферами діяльності (екологія, політика, інформатика та ін.), естетизація історії та науки.

У культурно-естетичному плані постмодернізм виступає як послідовник авангардизму, повністю стираючи межі між раніше самостійними сферами духовної культури та рівнями свідомості: між науковим і буденним, «високим мистецтвом» і масовою культурою. Постмодернізм закріплює перехід від «витвору» до «конструкції», а його визнаними художніми методами стають компіляція та цитування культурних зразків, колаж. Постмодерністські експерименти спричинили усунення меж між традиційними видами та жанрами мистецтва. Для постмодернізму (наприклад, поп-арту) характерним є завдання довести можливість перетворення будь-якого предмету дійсності на предмет мистецтва. Так, на думку теоретиків постмодернізму, важливим є не сам предмет, а його назва, а тому «консервна відкривачка», яку подано як «умови людського існування», набуває статусу твору мистецтва. Адже саме завдяки назві пробуджується зацікавленість до представленого предмету й з'являється бажання висловити думку щодо нього, інтерпретуючи його як витвір мистецтва. М. Дюшан визначив витвори мистецтва так: «Будь-яка річ є мистецтвом, якщо вона вирвана з її побутових зв'язків, або якщо я показую на неї пальцем»<sup>18</sup>. Для постмодерніста перевага будь-якого предмету, представленого як витвір мистецтва, у його оригінальності, справжності, а зображення предмета художником розглядається як імітація, копія, що позбавлена оригінальності. Доведено, що естетика постмодерну поступово залучає

<sup>18</sup> Дюшан М. Я хотел найти точку безразличия. *The art newspaper*. 2018. № 65. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/5885/>

нюх, дотик і смак – так звані нижчі почуття, порівняно з кольором і звуком, додається також розгорнута уява та інтуїція.

---

*Поп-арт* у живописі. Поп-арт від англ. *popular art* – загальнодоступне, популярне мистецтво – напрям у мистецтві кінця 1950 – початку 1970 рр. Виник як опозиція безпредметному абстракціонізму і знаменував звернення до концепції нового авангардизму. Представники поп-арту оголосили свою мету – «повернення до реальності», проте реальності, яка вже опосередкована мас-медіа. Джерелами їх наснаги були: реклама, глянцеві журнали, телебачення, фотографія і упаковка. Напрямок поп-арту повернув предмет у мистецтво. Однак це не був предмет, що опоетизований художнім баченням, а предмет, пов'язаний з сучасною індустріальною культурою, особливо з сучасними формами інформації (кінематограф, телебачення, друк). Зародився поп-арт в Англії. Французькі та американські художники досягли найбільшої популярності. Художники поп-арту: Енді Ворхол, Рой Ліхтенштейн, Девід Хокні, Роберт Гаунгенробг, Уейн Тібо, Пітер Блейк, Такасі Муракама, Яйї Кусама, Кіт Харінг, Річард Гамільтон, Джаспер Джонс, Ромеро Брітто, Джеймс Розенквіст, Стів Кауфман, Пітер Макс, Мел Рамос та ін. За різного підходу художників загальним було те, що перейнятий «імідж» масової культури переміщувався в інший контекст, змінював масштаб, матеріал, оголював технічний метод або прийом, виявлялися інформаційні перешкоди. Тому початковий образ іронічно перетлумачувався і дивно перетворювався. Поп-арт – це класичний зрозумілий приклад сучасного мистецтва, який не потребує інтерпретатора між глядачем і картиною. Мистецтво, що викликає суперечки, поп-арт позначив новий період<sup>19</sup>.

---

Таким чином, чисто з пізнавальної точки зору, слід зазначити, що серед основних напрямів і прийомів мистецтва в наш час виокремлюють<sup>20</sup>: авангардизм (від фр. *avant-garde* – передовий загін) – сукупність експериментальних, модерністських, підкреслено незвичайних, пошукових практик у мистецтві ХХ ст. Авангардними напрямками є: фовізм, кубізм, футуризм, експресіонізм, абстракціонізм, сюрреалізм, поп-арт, концептуальне мистецтво; академізм (від фр. *academisme*) – напрям започаткований на догматичному наслідуванні зовнішніх форм

<sup>19</sup> Как появился поп-арт в живописи? *Дом живописи*. 19.11.2019. URL: <https://zhukdk.ru/zhipovis/kak-pouavilsya-pop-art-v-zhipovisi.html>

<sup>20</sup> Основные направления и приемы современного искусства. *Паранормальный альманах «Непознанное»*. 12.05.2015. URL: <http://virtoo.ru/almanach/civilization/osnovnye-napravleniya-i-priemy-sovrem.html>

класичного мистецтва, у яких ідеалізується образ природи, порушуючи при цьому норму краси (Аннібале, Агостіно і Лодовіко Карраччі); акціонізм (від англ. action art – мистецтво дії) – хепенінг, перформанс, евент, мистецтво процесу, мистецтво демонстрації і низка інших форм, що виникли в авангардистському мистецтві 1960 рр. (особливість – художник має займатись організацією подій, процесів). Абстракціонізм (від латин. abstractio – видалення, усунення) – напрям мистецтва, що відмовився від наближеного до дійсності зображення форм у живописі і скульптурі. Одна з цілей абстракціонізму – досягнення гармонії, створення певних колірних поєднань і геометричних форм, щоб викликати у споглядача різноманітні асоціації (Василь Кандінський, Пабло Пікассо). Абстрактний експресіонізм (від англ. abstract expressionism) – напрям абстрактного мистецтва, у якому вільні композиції створюються великим, імпульсивним мазком (Джексон Поллок, Аршиль Горкі, Ханс Хофман, Вільям де Куннінг, Марк Ротко, Роберт Мазеруелл, Барнетт Ньюман). Аналітичний кубізм – різновид кубізму, що характеризується поступовим стиранням відмінностей між формою і простором і зникненням образів предметів. У картинах цього періоду з'являються напівпрозорі площини, положення яких чітко не визначене. Розташування форм у просторі та їх співвідношення з великими композиційними масами постійно змінюється, у результаті виникає візуальна взаємодія форми і простору (Альбер Глез, Марсель Дюшан, Раймон Дюшан-Війон, Жан Метценже і Жак Війон). Арт-нуво (від фр. art nouveau – нове мистецтво) – поширена у багатьох країнах (Бельгія, Франція, Англія, США та ін.) назва стилю модерн (Альфонс Муха).

Сучасним мистецтвом прийнято називати різноманітні художні течії, що склалися у кінці ХХ ст. Найбільш поширені – *тривимірна графіка* в мистецтві ХХІ ст. – створення зображень за допомогою моделювання об'єктів у тривимірному просторі. 3D-графіка багатогранна – її використовують, створюючи програми, ігри, зображення і відео на комп'ютері. Але її також можна помітити прямо під ногами – на асфальті; *вуличне мистецтво ХХІ ст.* – багато хто вважав його наслідком невдалого досвіду, деякі і зовсім відмовлялися звертати увагу на його існування. Між тим цей феномен продовжував розвиватися, а іноді його було складно відрізнити від вандалізму. Почалося все в 70 рр. минулого століття в Нью-Йорку, а у 1981 р. вуличний художник з Франції BlekLeRat (вважається одним з перших художників графіті в Парижі) започаткував його в Європі. Його також називають батьком



трафаретного графіті, а фірмовими є малюнки шурів. Автор помітив, що після перестановки букв в слові *rat* (шур) виходить *art* (мистецтво). Найзнаменитішим вуличним художником є Бенксі, злободенні роботи якого здатні вразити кожного. У своїх малюнках, створених з використанням трафаретів, він викриває сучасне суспільство з його вадами. Цікавим є той факт, що й досі особа Бенксі оповита таємницею. Нікому ще не вдалося розкрити загадку особи художника.

Christie's виручив 1,4 млн дол. США, провівши онлайн-аукціон робіт Бенксі. Торги називалися «Бенксі: Я не можу повірити, що ви, кретини, дійсно купуєте цю фігню» (*Banksy: I can't believe you morons actually buy this sh \* t*). Ця фраза написана на роботі художника під назвою *Morons*. Її принт 2007 р. з зображенням торгів, на яких люди купують картину з вказаним вище підписом, пішов з молотка за 32,5 тис. фунтів стерлінгів (40,6 тис. дол. США). Найдорожчим лотом стала рідкісна версія «Дівчинка з кулею» (повітряна куля – золотого кольору) – її купили за 395 тисяч фунтів стерлінгів (493 тис. дол. США). Створена робота Бенксі у 2004 р. Уперше графіті з дівчинкою з відлітаючою повітряною кулькою у формі серця з'явилися відразу у двох місцях Лондона в 2002 р. Один малюнок Бенксі підписав «*There's always hope*» («Завжди є надія»). Копію – на стіні друкарні в районі Шордїч – у 2014 р. вирізали зі стіни, щоб пізніше виставити на продаж – на той момент її оцінювали в 500 тис. фунтів). У 2006 р. авторську версію роботи, виконану акриловими та аерозольними фарбами на полотні, показували в Лос-Анджелесі на виставці Бенксі, організованій у приміщенні промислового складу. Там же художник подарував картину людині, а та в 2018 р. виставила її на аукціон. За 16 років існування роботи на різних аукціонах уже продавалися варіанти «Дівчинки», виконані на полотні: їх ціна коливалася від 30 до 345 тис. фунтів. Шокуючу історію, що трапилася під час продажу «Дівчинки з кулею» восени 2019 р. обговорювали у всьому світі. Це сталося на торгах аукціонного будинку *Sotheby's*. Лот «Дівчинка з кулею» (кулька червоного кольору) була продана за 1,04 млн фунтів стерлінгів. Але тут же спрацював вбудований у раму шредер, який прямо на очах учасників торгів розрізав картину на довгі смужки (але не до кінця)<sup>21</sup>.

Серед форм сучасного мистецтва, які заслуговують на увагу – *редімейд* (від англійського означає «готовий»), мета якого не є створення

<sup>21</sup> Редкая версия «Девочки с шаром» Бэнкси продана на аукционе за \$493 тысячи. *Delo.ua*. 25.09.2019. URL: <https://delo.ua/lifestyle/redkaja-versija-devochki-ssharom-benksi-prodana-358440/>





«Дівчинка з кулею» Бенксі

чого-небудь матеріального, а основною ідеєю тут слугує те, що залежно від оточення того або іншого предмета змінюється сприйняття людиною і самого предмета (наприклад, Марсель Дюшан, «Фонтан»); *анаморфози* – техніка створення зображень така, що повністю розгледіти їх можливо лише під певним кутом (наприклад, Бернард Прас створює інсталяції з використанням того, що попадеться під руку. Завдяки своїй майстерності йому вдається створювати дивовижні твори, побачити які, проте, можна лише під певним кутом); *біологічні рідини в мистецтві* – найбільш спірний напрям у сучасному мистецтві ХХІ ст., часто послідовники цієї форми мистецтва використовують кров і сечу, колір картин у цьому випадку нерідко набуває похмурого, лякаючого вигляду; *перформанс* – це передусім сам перформансист, його тіло, жести, додаткові атрибути у вигляді костюмів, реквізиту та інших виразних засобів. Саме у цьому приховується головна відмінність від образотворчого мистецтва, де об'єктом подання є полотно або скульптура. Крім того, на відміну від класичного мистецтва, сприйняття і розуміння перформансу не

вимагає спеціальної професійної підготовки, воно розраховане на будь-якого пересічного, який подивився, здивувався. Але чи має він замислюватись над тим, як цю дію класифікувати і які будуть наслідки? Питання риторичне.

Практика показує, що якщо на початках сучасне образотворче мистецтво ХХІ ст., на думку деяких експертів і глядачів, здавалося явищем маргінальним, то сьогодні все більше людей прагнуть залучитися до нової сфери мистецтва. Усе більше музеїв відкривають свої двері для нових засобів вираження. Зокрема, Нью-Йорк є рекордсменом у галузі сучасного мистецтва. Тут також розташований один з кращих у світі – музей МоМА, що є сховищем полотен Матісса, Далі, Ворхола та ін. Європа також знаменита своїми прекрасними музеями сучасного мистецтва ХХІ ст. Зокрема, музей KIASMA в Хельсінкі дозволяє торкатися руками предметів виставки. Центр Жоржа Помпіду у столиці Франції вражає незвичайною архітектурою і роботами художників сучасності. Стеделейкмузеум в Амстердамі зберігає у своїх стінах найбільше зібрання картин К. Малевича. У столиці Великобританії є величезна кількість артоб'єктів сучасності. Віденський музей сучасного мистецтва має роботи Енді Ворхола та інших талановитих творців сучасності.

Більшість провідних кураторів найбільших світових музеїв сучасного мистецтва єдині в думці, що новітнє мистецтво поєднує основу місцевих традицій і глобальні світові тенденції, однією з яких є медізація мистецтва. Тобто на зміну фарбам, гіпсу та каменю прийшли комп'ютер і програмне забезпечення. Так, в одному зі світових музеїв Ars Electronica в Лінці (Австрія) одним з його експонатів є інтерактивний медійний фасад будівлі, яким може керувати відвідувач за допомогою пульта управління. У Новому музеї сучасного мистецтва в Нью-Йорку (New Museum of Contemporary Art) при вході глядач може отримати «віртуальний» шолом, який перевертає зображення, для того щоб людина переглянула свої уявлення про мистецтво. Там же був представлений проект «Басейн», де відвідувач міг переодягнутися і плавати в масі з гелю. Ці та інші приклади демонструють ще один важливий аспект сучасного мистецтва, коли глядач, вступаючи в комунікацію з об'єктом сучасного мистецтва, стає експонатом, частиною експозиції. У таких формах мистецтва, як стрітарт, перформанс, хепенінг глядач – співтворець і співучасник художнього процесу. На ярмарках, фестивалях та інших презентаціях новітнього мистецтва творчі проекти нерідко є мотиваторами для творчості і креативності

глядачів у різних сферах діяльності. Зазначене підкреслює важливу особливість мистецтва наших днів – інклюзію публіки/глядача в процес споживання цінності художніх продуктів.

#### 1.4. Актуалізація функцій мистецтва

Як було зазначено раніше, мистецтво відіграє пізнавальну, виховну, комунікативну ролі у формуванні людини. З давніх часів воно допомагало людині усвідомлювати і перетворювати дійсність, відтворюючи її в образах і тим самим пов'язуючи в єдине ціле. Водночас у людини розвивалося абстрактне і образне мислення, фантазія, передбачення. Звичайно, мистецтво нерідко виконувало функцію розваги для отримання відповідних емоцій. Споконвіку воно використовується для просвіти: книги, фільми, музика, картини, ознайомившись з якими, людина отримує можливість долучитися до напрацьованого людством досвіду, тим самим розвиваючи свої власні здібності. Однак існує думка, що все помітнішою стає тенденція розвитку сучасного мистецтва у напрямі ігнорування всіх попередніх напрацювань людства, перетворюючи його на індустрію розваг та емоцій і відволікання людини від проблем розвитку своїх творчих здібностей.

Звертаючи увагу на ці питання, ми актуалізуємо проблеми соціальної значущості мистецтва, витоки якої почали формуватися ще в античності, а виявлення зв'язку соціальних завдань мистецтва з динамікою розвитку суспільства через реалізацію відповідних функцій залишається важливим питанням у державній політиці та громадянському суспільстві й сьогодні.

Загалом функції мистецтва – це ті цілі, які в експліцитній (явній, чіткій, розгорнутій, доступній зовнішньому спостереженню) або в імпліцитній (від лат. *Implicitum* – невиразний, той, що мається на увазі; нерозгорнутий) формі мистецтво ставить перед собою; ті цінності, якими керується художник, створюючи твір і які бере до уваги аудиторія, що сприймає його. Умовно усі функції мистецтва розподіляються на особові (персональні) і соціальні. Якщо перші торкаються впливу мистецтва на індивід, то другі – впливу мистецтва на систему соціальних відносин і соціальних інститутів, хоча межа між ними умовна. Зокрема, виховна, пізнавальна та ін. функції мистецтва поєднують індивідуальне з соціальним, тому їх ще називають подвійними: так, виховання за допомогою мистецтва потрібне не лише індивідові, але і суспільству, оскільки воно сприяє формуванню

повноцінного громадянина. Ще одна подвійна функція мистецтва, що обговорювалася з давніх часів, – це його *автаркічна функція* – ізоляція індивіда від зовнішнього світу, від спілкування з іншими людьми, переміщення його в новий, вигаданий мистецтвом світ, у якому він залежить передусім від самого себе (людина набуває можливості жити чужим життям, отримуючи свободу дій). З цією функцією пов'язана функція відмови – критичного сприйняття індивідом сталих цінностей суспільства або навіть відхилення цих цінностей у надії замінити їх іншими цінностями, які більше відповідають, як вважається у межах конкретної культури, високому призначенню людини. З функцією відмови пов'язане ще одне завдання мистецтва, яке можна назвати *функцією свободи*. Художня творчість, що найбільш яскраво виражається в мистецтві, нерідко дозволяє людині відчувати себе вільною навіть у найбільш скутому середовищі (суспільстві). Загалом соціальні функції мистецтва різноманітні, до того ж вони нерідко тісно переплітаються з особовими його функціями.

Питання актуалізації проблеми духовно-морального виховання молоді й сьогодні є одним з основних у дискурсі щодо реалізації найважливішого стратегічного завдання, що пов'язано передусім з погіршенням моральної культури суспільства, обумовленої відхиленнями від норм загальнолюдської моралі. Ситуацію посилює надмірна прагматична спрямованість громадян, які орієнтуються здебільшого на матеріальні. Окрім того, у багатьох державах ще й досі вважається небезпечною тенденцією толерантне ставлення до всіляких моральних і соціальних патологій, що є свідченням, на думку влади цих країн, окремих груп суспільства, просто пересічних громадян, духовної деградації суспільства. Слід також визнати, що у багатьох випадках стверджується думка щодо переорієнтації мистецтва з виховно-формуючої функції на розважально-гедоністичну (*гедонізм* – (від грец. ἡδονή – задоволення) – напрям у етиці, згідно з яким ціннісним критерієм моралі визнається задоволення (насолюда) або уникнення страждань). Поняття гедонізму використовується для опису матеріально орієнтованого, корисливого погляду на життя і матеріально-прагматичного, що призводить нібито до нівелювання творчості як такої і витіснення «справжнього» мистецтва на задвірки культури та продукування витворів мистецтва як товару, призначеного для масового споживання.

Суспільство початку ХХІ ст. (постмодерн) характеризується, з одного боку, стрімким ускладненням і непередбачуваністю його соціальної

еволуції, а з іншого – усе більш явною фрагментарністю людського існування. Ідея загального прогресу людства, що ґрунтувалася на впевненості, що «розвиток мистецтв, технологій, знання і свободи корисні людству в його сукупності», останнім часом втрачає свою значимість. На думку Ж.-Ф. Ліотара, людство сьогодні опиняється в такому стані, коли йому «доводиться наздоганяти процес накопичення, що випереджає його, все нових і нових об'єктів практики і мислення»<sup>22</sup>. Як писав колись Х. Ортега-і-Гассет, «...виникає епоха без еталонів, яка не бачить позаду себе нічого зразкового, нічого прийнятного для себе... Сліди духовної традиції стерлися. Усі приклади, зразки, еталони даремні»<sup>23</sup>.

Проте необхідно визнати і той факт, що високе мистецтво сьогодні все більше стає затребуваним (практика показує, що здебільшого інтелектуальною елітою суспільства). Окрім того, паралельне співіснування високого мистецтва і масової культури якраз і дозволяє за допомогою порівняння відрізнити справжнє мистецтво. Недаремно класичні твори світової художньої культури як і раніше не втрачають своєї актуальності для багатьох наших сучасників. Водночас не будемо ставити під сумнів абсолютно всі тенденції соціального розвитку, серед яких ми спостерігаємо як позитивні, так і негативні моменти. Важливо, щоб мистецтво відображало своє призначення в максимально об'єктивному відтворенні реального світу, який наскрізь суперечливий, поєднує в собі як піднесене і прекрасне, так і низинне й потворне. Обставини у світі зараз такі, що, прагнучи до адекватного відображення навколишньої дійсності, художник не має фокусувати свою увагу тільки на природно-натуралістичних і шокуючих складових повсякденності, потураючи грубим інстинктам людей і орієнтуючись на миттєву популярність у масовій глядацькій аудиторії. В умовах глобальної комерціалізації мистецтва, поза сумнівом, важко буває піднятися над відчуттям миттєвої повсякденності і висвітити її глибинний сакраль-но-гуманістичний потенціал, прославляючи морально-естетичні потреби людей і виводячи їх за межі вузько емпіричного існування. Навіть якщо художник і задовольнятиме прозаїчні естетичні смаки і почуття пересічного громадянина, він все ж таки, на нашу думку, має прагнути відтворювати світ у різноманітті його проявів, стверджуючи духовні ідеали.

<sup>22</sup> Ліотар Ж.-Ф. Состояние постмодернизма. Санкт-Петербург: Алетей, 1998.

<sup>23</sup> Ортега-і-Гассет Х. Дегуманізація искусства / [пер. исп.]. *Восстание масс*: сб. трудов. М.: ООО АСТ, 2003. С. 213-268.

Щодо питання появи нових соціокультурних функцій мистецтва, обумовлених трансформацією культурних і соціальних норм, то навряд чи функції мистецтва радикально змінилися. «Мистецтво народилося у людства як перша сакральна практика. Художник, як був тим самим шаманом, що направляє та демонструє за ким і за чим полювати, так ним і залишився. Це своєрідний симбіоз науки й містики, коли цим можна й лікувати, і впроваджувати нові ідеї, технології і створювати портал в інший невідомий світ. Той факт, що зараз з'явилося багато соціального й критичного мистецтва, не є новиною. Так було завжди. Колись і релігійне мистецтво було критичним, просто наразі змінився контекст, а з ним і наше сприйняття»<sup>24</sup>. Усе досить зрозуміло і логічно.

Відомо, що у формуванні соціального устрою суспільства мистецтво відіграє не останню роль. Соціалізація мистецтва передбачає передусім його участь у підтримці сталого розвитку суспільства шляхом зміцнення домінуючих у ньому цінностей – традицій, авторитетів, здорового глузду, ідеології, вірувань і т.ін. Окрім того, у наш час одночасно мова йде і про значення мистецтва як драйвера стимулювання суспільних змін, про роль мистецтва в оновленні основних цінностей суспільства.

Проблеми соціального значення мистецтва є об'єктом дослідження багатьох соціально-гуманітарних наук упродовж століть. Зміна функціонування мистецтва на кожному етапі історичного розвитку, його вплив на індивідуальну і колективну свідомість членів суспільства, можливість дії на соціальну поведінку людей за допомогою творів живопису, музики, кіно, літератури, театру та інших видів мистецтва обумовлює постійний інтерес до художньої сфери. Водночас вивчення цього складного і багатоаспектного феномену досі пронизано безліччю протиріч, що належить як до соціології мистецтва, так і до сфери суміжних наук – культурології, естетики, мистецтвознавства, психології мистецтва.

Ретроспектива показує, що значну частину людської історії одним з найбільш ефективних засобів зміцнення суспільства і соціалізації його індивідів була релігія. У суспільствах, де релігія складає ядро пануючої ідеології, мистецтво стало необхідним інструментом, що забезпечує особливу дієвість релігійних уявлень про людину і світ, виховання у членів суспільства, пронизаних релігією, емоційних установок. Соціальні аспекти мистецтва пов'язані передусім з осмисленням і узагальненням соціального досвіду людей і формуванням на основі

<sup>24</sup> ART NOW: Олекса Манн. Про гротеск, переїзд і появу нового державного устрою. *Art Ukraine*. 04.10.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/art-now-oleksa-mann-pro-grotesk-pereizd-i-poyavu-novogo-derzhavnogo-ustroyu/#.YDkPEtQS9ZI>

цього еталонних зразків ціннісно-нормативної поведінки і образів свідомості, що втілюються в символічній формі.

У цьому контексті з усією очевидністю проявляється актуальність дослідження місця і ролі мистецтва в постмодерному суспільстві, у якому характер соціальних зв'язків, як і уся соціальна сфера існування людини, під дією багатьох факторів глобального, інституціонального, технологічного, соціально-економічного характеру зазнають суттєвих трансформацій. За таких умов мистецтво виконує усе більш значиму функцію, беручи участь у соціалізації особи, входженні її в актуальну для суспільства систему моральних і естетичних цінностей, моделей поведінки і рефлексивних позицій, в узагальнений реальний соціальний досвід людської взаємодії, а також у штучно сконструйований досвід, побудований на основі уявних образів. Слід також звернути увагу на функцію мистецтва загалом, пов'язану з проєктуванням естетично організованого (у просторовому, декоративному, інтелектуальному, емоційному та інших аспектах) місця існування людей, насиченого зразками художньо-культурних цінностей, породжених мистецтвом. Усе це робить мистецтво одним з найважливіших інструментів соціального регулювання життя суспільства. «Мені здається, що будь-яке мистецтво гуманне, головне, щоб воно було мистецтвом. Коли дивишся на чийсь роботи, що жахають, наприклад, Босха, вони настільки ж гуманні, як селянські сцени Брейгеля. Коли з'являється мистецтво, усі інші умовні ідеологічні моменти кудись зникають, перетворюються на плакат, пропаганду»<sup>25</sup>.

Погоджуємося з думкою, що в сучасному етичному вихованні мораль тримається не через вагомні аргументи розуму, а завдяки багатовіковій традиції. У створенні і підтримці цієї традиції істотну роль завжди відігравало мистецтво. Воно надає принципам моралі і тим традиціям, на які спираються, яскраве, образне, доступне кожному втілення. Безперечна роль мистецтва у ствердженні домінантного в суспільстві стилю життя – сукупності тих цінностей і норм, якими людина щоденно керується у своїй поведінці. Очевидне значення мистецтва в зміцненні домінантних у суспільстві традицій – систем звичок, ритуалів, норм, що історично склалися, настанов і т.ін., якими суспільство керується у своїй діяльності. Соціальне життя неможливе без зразків (ідеалів, стандартів і т.ін.) – стійких, соціальних за своїм характером уявлень про те, якими мають бути конкретні речі: зразки любові до ближнього, любові до

<sup>25</sup> Влада Ралко та Володимир Будніков: непримарна свобода. *Art Ukraine*. 25.10.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/vlada-ralko-ta-volodimir-budnikov-nepriamna-svoboda/#.Xvb-MigzZPZ>



життя, самопожертва і т.ін. дає та посилює мистецтво. Мистецтво як важливий комунікатор суспільства, що пов'язує його індивідів горизонтальними стосунками рівності, орієнтоване передусім на те, щоб перетворювати суспільство – утворення структурне і наскрізь пронизане протиставленням одних індивідів іншим і, відповідно, нерівністю – у комуну, або громаду рівних. Але рівність, що надається мистецтвом, завжди стосується тільки окремих аспектів людського життя<sup>26</sup>.

Безумовно, діяльність сфери мистецтва, враховуючи її орієнтованість на громадське визнання, має соціальний характер. Саме первинність соціальної спрямованості сфери мистецтва ускладнює застосування низки фундаментальних категорій і положень, що використовуються економікою, для характеристики явищ і процесів, що протікають у сфері мистецтва. Водночас сьогодні вже загально визнано, що творчу діяльність вповні можна порівняти з духовним виробництвом, у процесі якого, по-перше, складаються повноцінні економічні відносини, що поєднують створення, поширення, споживання і збереження духовних цінностей, а по-друге, формується новий вид капіталу – культурний<sup>27</sup>. Корисність духовного виробництва може бути виміряна оцінкою матеріальною – ціною, заплаченою за предмет мистецтва, і оцінкою моральною – зміною цінностей, загальних і особистих. Оцінка другого роду виражається за допомогою соціальних індикаторів – громадських ідеалів, норм, керівництв<sup>28</sup>. Отже, у більш загальному сенсі саме мистецтво стає інтегральним соціальним індикатором, що відображає вади суспільства і пропонує шляхи їх усунення.

Сучасне економічне зростання підвищує рівень життя, надаючи споживачеві більше грошей для якісного використання часу, проте середньостатистичний споживач виявляється до цього не готовий. І хоча ще А. Шопенгауер помітив, що найбільш високу громадську оцінку в усі часи отримують насамперед канатні танцюристи і фокусники, а художники і філософи останніми<sup>29</sup>, саме сьогодні можна говорити

<sup>26</sup> Никитина И. П. Функции искусства в современном обществе. *Площадь Д. С. Лихачева*. 2007. URL: [https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihicht/2007/sec5/s5\\_17.pdf](https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihicht/2007/sec5/s5_17.pdf)

<sup>27</sup> Throsby D. Cultural Capital. *Journal of Cultural Economics*. 1999. Vol. 23. No. 1-2. Pp. 3-12.

<sup>28</sup> Horn R. V. Cultural Statistics and Indicators. *Journal of Cultural Economics*. 1983. Vol. 7. No. 2. Pp. 25-40.

<sup>29</sup> Шопенгауэр А. Parerga und Paralipomena / на нем. языке. *Бесплатная виртуальная библиотека*. 2017. URL: <https://onemorelibrary.com/index.php/ru/yazyki/nemetskij/book/moderne-westliche-philosophie-181/parerga-und-paralipomena-2867>



про вже масовий пріоритет «комфорту сприйняття, на відміну від того більш інтенсивного задоволення, яке індивід отримує, дізнаючись про нове, розуміючи складні речі, переживаючи інтелектуальну і емоційну напругу»<sup>30</sup>. Відома теза: в усі епохи час, витрачений на відвідування музею, концерту, читання художньої літератури, міг бути використаним споживачем духовних благ більш продуктивно. Отже, чим привабливіше мистецтво в очах суспільства, тим більш високу оцінку отримає не стільки витвір мистецтва, скільки саме суспільство.

В останнє десятиліття інтерес глядача/публіки до мистецтва, як до класичного, так і сучасного, зростає. Свідченням тому є активізація відвідуваності музеїв образотворчого мистецтва, художніх галерей, виставкових центрів. Зараз поціновувачі живопису більше не хочуть пасивно споглядати прекрасне, вони бажають бути залученими в творчий процес. Ця потреба обумовлює появу і широке поширення різних майстер-класів, шкіл живопису для дорослих, курсів, лекцій з мистецтва. Соціальні мережі задають цей тренд, збільшуючи кількість тем, присвячених мистецтву. Окрім того, у художників, галерей, музеїв з'явився ефективний інструмент для реклами і презентацій своїх творів, виставок і подій, тобто відбувається доступ до широкої аудиторії більш демократичним шляхом. У критиків з'явився вільний майданчик – пости у Facebook або канали в Telegram буває цікавіше читати, ніж звичайні, традиційні статті. Найбільш позитивну роль відіграють також різноманітні освітні проекти в Інтернеті – від можливості розглядати музейні шедеври до безкоштовних лекцій. На думку експертів, відкриті широкій аудиторії знання не знижують цінність мистецтва, але разом з публічністю розширюють сфери його впливу і відповідальності. Проте це ніяк не відмінняє важливості і необхідності особистої зустрічі глядача з твором, тим паче що багато блискучих мистецьких проєктів, як і раніше, погано піддаються документації. Водночас такі явища все більше створюють ілюзію того, що більше не потрібно ходити на виставки, відвідувати музеї, адже все це можна побачити в Інтернеті. За такого підходу мистецтво, що покликане впливати на чуттєві сприйняття індивідуального досвіду, замінюється загальним уявленням, кимось викладеним у мережі. Проте соціальні мережі – це сучасне інформаційне середовище, і вони використовуються не тільки як допоміжний інструмент для поширення робіт і ідей, вони також

<sup>30</sup> Автономов Ю. В. Социология и экономика культуры - война правой руки с левой? *Неприкосновенный запас*. 2004. № 1(33). С. 64-68.

природним чином впливають на сам розвиток мистецтва. Художні роботи мають бути безпосередніми, зрозумілими і такими, що легко сприймаються. Тільки через ці характеристики можна передати людям і досить складні для сприйняття соціальні, політичні, економічні чи екологічні теми. Однак потрібні додаткові дослідження, щоб визначити, як ці мережі функціонують у ролі інструментів допомоги/інструментів змін усвідомлення і яка взаємодія між мистецтвом і цими інструментами, а також яким може бути найближче майбутнє цих взаємовідносин, особливо в умовах посилення дії сучасних технологій, що формують параметри інформаційного простору. Свого роду випробовуванням для мистецтва у цьому контексті став вимушений перехід в онлайн через пандемію коронавірусу, про що будемо говорити в подальших розділах.

Таким чином, в епоху постмодерну мистецтво характеризується низкою характерних тенденцій, що обумовлюють зміну характеру його соціального функціонування: стирання грані між масовою культурою, яку ще називають «кітчем» і елітарним мистецтвом; поширення копій і наслідування; розмивання стильових кордонів; орієнтація на інтереси і смаки споживача, комерційна спрямованість; концептуалізм; технологічність та ін. Відсутність єдиного стилю в мистецтві, своєю чергою, обумовлює диверсифікацію його функцій залежно від тієї або іншої течії. Проте функція соціалізації мистецтва сьогодні найбільше потерпає від змін, що потребує її постійного моніторингу та прогнозування у зв'язку з тими викликами, що несе розвиток сучасного суспільства.

### **1.5. Сучасне чи актуальне мистецтво: дискурс тривас...**

Як зазначалось раніше, поділ мистецтва на сучасне і все інше (традиційне, класичне і т.ін.) пов'язують з модернізмом, коли новизна стала самоціллю, яку необхідно оцінювати за оригінальністю, що свідчило про масові зрушення в мисленні людей (зміна парадигм мислення з класичної на некласичну). «Модерне мистецтво» означає стиль і філософію мистецтва, у яких традиції минулого були підмінені експериментом. Художники експериментували з новими способами бачення і новими ідеями щодо матеріалів і функцій мистецтва. Для модерного мистецтва була характерною тенденція відходу від розповідності або наративного, що було притаманне традиційному

мистецтву, до абстракції. Більш пізню художню творчість часто називають сучасним мистецтвом або постмодерністською<sup>31</sup>.

Термін «сучасне мистецтво» є об'єктом масового вивчення та обговорення, йому присвячені наукові статті та симпозиуми. Зокрема, узагальнено та визначено основні ознаки, які спрощують розуміння і без яких неможлива будь-яка розмова про предмет сучасного мистецтва. По-перше, хронологічні межі: найчастіше початком хронології сучасного мистецтва вважають 1960-1970 рр. Звичайно, існують й інші підходи, які, зокрема, пов'язані з культурно-історичними особливостями розвитку тієї чи іншої території, країни (наприклад, дехто вважає, що сучасне мистецтво в Україні починається від перебудови). Але все ж для більшості теоретиків та істориків мистецтва йдеться про 1970 рр., і пов'язаний цей вибір з тим, що саме це десятиліття умовно вважають початком постмодерної епохи. Окрім того, хронологічна паралель з постмодернізмом пояснюється взаємозв'язками з процесами пошуку: постмодерн шукав філософську альтернативу модернізму, сучасне мистецтво – естетичну. Що стосується форми його вираження, тут також є доволі прості загальні критерії: проблематика сучасного мистецтва – це найчастіше відносини особистості та суспільства; форма вираження – це медіа-арт (із залученням засобів – відео, комп'ютерних технологій тощо), хоча, звісно, нікуди не поділися традиційні засоби – живопис, графіка, скульптура<sup>32</sup>.

Слід зазначити, що американське видання *The Art Newspaper* оприлюднило у 2017 р. результати дослідження на тему сучасного мистецтва, де експерти у своєму визначенні відштовхувалися саме від хронологічної позначки «1970 рік», тобто вважали представниками сучасного мистецтва тих авторів, що були активними після 1970 р. (але водночас не були активними до 1945 р.). Журналісти працювали з даними 29 відомих художніх музеїв США широкої спеціалізації (до цього списку не потрапили музеї, які займаються лише актуальним мистецтвом). Видання вивчило інформацію про понад 2300 виставок, які тривали між 2007 та 2015 рр. Основний висновок: понад 1000 з них (44%) присвячені сучасному мистецтву. А ще 25 років тому у серйозних музеях панував імпресіонізм, а до десятки найбільш відвідуваних

<sup>31</sup> Смирна Л., Хаматов В. Модерное, современное и новейшее искусство: попытка осмысления понятий. *Art Ukraine*. 01.06.2016. URL: <https://artukraine.com.ua/a/modernoe-sovremennoe-i-noveyshee-iskusstvo-popytka-osmysleniya-ponyatiy/#.YDI-qdQS9ZI>

<sup>32</sup> Кухар О. Арт-зсув: сучасне мистецтво домінує та виграє. *Український тиждень*. 07.04.2017. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/189553>

експозицій не входило жодної виставки сучасного мистецтва. Так, у 1997 р. сучасному мистецтву було присвячено тільки 20% експозицій від загальної кількості. Очевидно, що можна говорити про відчутний зсув фокусу зацікавленості, що створює проблеми для великих музеїв, які мають у розпорядженні скарби вікової, а то й тисячолітньої давнини: яким чином зацікавити глядача класичним мистецтвом і водночас задовольнити зростаючий попит до мистецтва сучасного. Згідно з даними The Art Newspaper, ситуація почала змінюватися з середини 2000 рр., коли вперше сформувалася така тенденція: твори сучасних авторів стали продаватися за рекордні суми, сучасні митці отримали статус знаменитостей<sup>33</sup>.

Ретроспектива показує, що якщо кілька століть тому мистецтво було декоративним предметом розкоші, то сьогодні здебільшого воно існує для передачі досвіду, думок та ідей, а не лише для прикраси інтер'єрів, і відбувалися такі зміни на початку ХХ ст., коли з розвитком технологій втратило цінність просте відтворення візуальних образів. Художники експериментували зі світлом, кольором, тобто відбувалось переосмислення форм і самої сутності мистецтва, що обумовило виникнення безлічі нових течій: від експресіонізму до супрематизму. Узагальнюючи характеристики напрямів першої половини ХХ ст., мистецтвознавці застосували термін «модерн», а другої половини та ХХІ ст. – «контемпорарі» – contemporary art, яке зазвичай вживається для характеристики сучасного мистецтва.

Та все ж, як показує аналіз найбільш поширених поглядів на сучасне мистецтво, найбільш уразливим пунктом аргументації вчених є розмежування власне «Contemporary Art» від «Modern Art». Зокрема, обґрунтовується думка, що «онтологічна криза інтерпретації терміна пов'язана переважно з труднощами його перекладу з мови оригіналу, остільки обидва терміни в розмовній мові означають одне і те ж, тобто – «сучасне мистецтво». Виявлено, що саме поняття contemporary було вперше використане Розаліндою Краусс в дисертації про творчість Девіда Сміта для позначення новітніх течій (таких, як *лендарт* – художня діяльність, об'єктом якої є реальний пейзаж, фрагмент природного середовища; *акціонізм* – узагальнена назва для «мистецтв дії», у яких твором є жест, розіграна «вистава» або спровокована «подія» – акція, *non-art* та ін.), які виникли і заявили про себе на рубежі 1960-1970 рр. І зараз під contemporary art розуміють різноманітні форми мистецтва, що прагнуть до експерименту, використання інформаційних

---

<sup>33</sup> Там само.

технологій, нетрадиційних матеріалів і прийомів, що відкривають нові горизонти і розширюють кордони сприйняття. Contemporary art прагне весь час вразити і здивувати глядача, змусити його переживати кожного разу по-особливому<sup>34</sup>.

У літературі знаходимо також обґрунтовану думку, що сьогодні термін *Contemporary Art* прийшов на зміну *Modern Art*<sup>35</sup>, і про різницю між модерним і сучасним мистецтвом мова йде у зв'язку з кінцем епохи модернізму. Існують різні думки щодо того, коли саме це сталося: так Центр Помпіду позиціонує свої колекції в межах модерного і сучасного мистецтва як двох окремих напрямів; мистецтвознавець Роберт Аткінс запропонував використовувати термін «сучасне мистецтво» до періоду після Другої світової війни; Музей сучасного мистецтва в Лос-Анджелесі орієнтований на аналогічні часові межі, починаючи з 1940 р.; аукціон Крісті визначає «сучасне мистецтво», яке починається з 1970 р.; новий Музей сучасного мистецтва в Нью-Йорку обмежується творами останніх десяти років. Отже, справа таки не стільки в перекладі поняття з англійської на інші мови, скільки в принциповій різниці між розумінням їх хронологічної обумовленості в різних країнах<sup>36</sup>.

У повсякденній практиці існує також поняття «актуальне мистецтво», яке не тотожне за значенням терміну «сучасне мистецтво». Художники під актуальним розуміють новаторське мистецтво. Новаторство може виражатися в ідеях і використаних матеріалах. Мистецтво взагалі дуже цікавий феномен: хтось може дивитися на полотна Рафаеля Санті і залишатися байдужим. Адже немає нічого дивного в тому, що людей може захоплювати різне<sup>37</sup>. «Я узяв з собою камінь і поїхав на виставку сучасного мистецтва. Гуляючи по виставці, я залишив камінь в центрі залу, через дві хвилини довкола нього стояло вісім

<sup>34</sup> Сафронов Н. С. Машина культуры управляется арт-рынком. *Вестник культуры и искусств*. 2018. № 2 (54). С. 37-45.

<sup>35</sup> Шенталь А. Новый проект «Теорий и практик»: что такое современное искусство. *Теории и практики*. 2020. URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/7769-contemporary>

<sup>36</sup> Смирна Л., Хаматов В. Модерное, современное и новейшее искусство: попытка осмысления понятий. *Art Ukraine*. 01.06.2016. URL: <https://artukraine.com.ua/a/modernoe-sovremennoe-i-noveyshee-iskusstvo-popytka-osmysleniya-ponyatiy/#.YDl-qdQS9ZI>

<sup>37</sup> Емельянова М. А. Дискуссии о современном искусстве: компаративистский анализ путей разрешения. *Ученые записки: электронный научный журнал Курского государственного университета*. 2015. № 2 (34). file:///c:/users/acer/downloads/diskussii-o-sovremennom-iskusstve-komparativistskiy-analiz-putey-razresheniya%20(5).pdf

осіб»<sup>38</sup>. І це лише ще один доказ того, що мистецтво стає популярним лише тоді, коли стає об'єктом споживання, відсутність єдиної оцінки естетичного приводить до того, що банальність і непристойність визнаються культурними феноменами, а «байдужість до прекрасного» стає «трансестетичною сферою симуляції»<sup>39</sup>. У глобалізованому світі завдання актуального мистецтва передбачають побудову діалогу або засобів комунікації: з глядачем, подією, епохою.

Сучасне мистецтво навіть пропонується розглядати з точки зору психоаналізу, маючи на увазі реалізацію атипичної поведінки у формах, близьких до мистецтва. Атипичне сприйняття дійсності завжди було двигуном художнього процесу загалом та індивідуальної творчості зокрема. Такі форми сучасної арт-діяльності, як стріт-арт, з маргінальних у західному світі стали комерційно успішними, твори їх авторів користуються попитом на аукціонах і стають частиною престижних приватних колекцій (як приклад, феномен уже згаданого нами британського художника Бенксі (Banksy), який вийшов з вуличного стріт-арт, і його зламану телефонну будку продано на аукціоні за 550 тис. дол. США). Проте сучасність у мистецтві – це проблема точки зору, яка залежить від сутності і гостроти погляду на час і поточні події цього часу. Бути сучасним художником означає знайти правильну дистанцію і позицію, яка дозволяє зрозуміти епоху і описати її точними засобами виразності<sup>40</sup>. Цей живий і безпомилково знайдений погляд на час передбачає активність (або діяльність) громадську, політичну, наукову, філософську або художню<sup>41</sup>.

Ще одна стандартна ознака – сучасне мистецтво не сприймається без супроводжуючого коментаря і потребує самоствердження, що проявляється в акцентуванні своєї сучасності. Наприклад, мистецтвознавець Клер Бішоп в есе «Радикальна музеологія» послідовно критикує музеї сучасного мистецтва, що «узурпували саме поняття «сучасність». Насправді, вважає мистецтвознавець, у своєму нинішньому вигляді вони є гігантськими молами арт-атракціонів, створеними

<sup>38</sup> Творчество современного художника. *AdMe*. URL: <http://www.adme.ru>

<sup>39</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.

<sup>40</sup> Rouille A. Lamode du contemporain. *Paris-Art*. 15.03.2015. URL: [www.paris-art.com](http://www.paris-art.com) [in French].

<sup>41</sup> Смирна Л., Хаматов В. Модерное, современное и новейшее искусство: попытка осмысления понятий. *Art Ukraine*. 01.06.2016. URL: <https://artukraine.com.ua/a/modernoe-sovremennoe-i-noveyshee-iskusstvo-popytka-osmysleniya-ponyatiy/#.YDI-qdQS9ZI>

для розваги модної публіки і комерційного просування художників»<sup>42</sup>. Жак Рансьєр навіть стверджував, що сучасне мистецтво – «покура закону Іншого, який вершить над нами насильство, або потурання закону себе, який веде нас до поневолення ринковою культурою»<sup>43</sup>.

Традиційно художній об'єкт вважався видатним, унікальним. Модерністи замінили незвичайне банальним (пісуар Марселя Дюшана) чи тиражували унікальне, перетворюючи його в повсякденне («Монро» Енді Ворхола). «Коли всі іманентні ознаки живопису були видалені, залишилося видалити і сам живопис»<sup>44</sup>. Сам М. Дюшан говорив: «Я кинув їм виклик, шпурнув в обличчя тримач для пляшок і пісуар, а тепер вони захоплюються їх естетичними особливостями». Таким чином, пісуар – не мистецтво, а частина інтелектуальної вправи. Також класичним прикладом може стати композиція Дж. Кошута з Музею сучасного мистецтва в Нью-Йорку «Один і три стільці» (1965 р.), що є трьома «іпостасями» стільця: сам стілець, що реально стоїть біля стіни, його фотографія і його словесний опис з енциклопедичного словника. Таким чином, принципово змінюється установка на сприйняття мистецтва. «З художньо-естетичного споглядання твору вона переноситься на збудження аналітико-інтелектуальної діяльності свідомості реципієнта, лише побічно пов'язаною з власне сприйнятим артефактом»<sup>45</sup>.

Існує і протилежна точка зору, згідно з якою глядач сучасного мистецтва – естет, який не боїться нового, який черпає сили та інтерес до життя в нестандартному, який уміє приймати виклики і вчитися, щоб бути мобільним і прагнути розвитку. За такого підходу слід розмежовувати дійсних поціновувачів сучасних творів і колекціонерів, які здебільшого розглядають роботи художників як можливість інвестувати свій капітал. Адже гарна колекція сучасного мистецтва не поступається за прибутковістю і ефективністю вкладень в інші нематеріальні активи, що буде доведено в окремому розділі.

Ситуація складається таким чином, що у сучасному суспільстві цінуються роботи відомих художників, які здобувають успіх завдяки аук-

<sup>42</sup> Бішоп К. Радикальная музеология: так ли уж «современны» музеи современного искусства? / [пер. с англ. Ольги Дубицкой]. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 96 с.

<sup>43</sup> Рансьєр Ж. Разделя чувственное [Le partage du sensible] / пер. В. Лапицкого, А. Шестакова. СПб.: Изд-во ЕУСПБ, 2007. 264 с.

<sup>44</sup> Томкинс К. Марсель Дюшан. Послеполуденные беседы. М.: Grundrisse, 2014. 160 с.

<sup>45</sup> Бобринская Е. А. Концептуализм. М.: Галарт, 1994. 216 с.



ціонним продажам – найефективнішого способу просування художника і його стилю. Саме аукціони демонструють справжні сенсації у світі торгівлі витворами мистецтва. Одним з найскандальніших дорогих художників сучасності визнаний британець Демієн Герст. У 2004 р. Герст продав одну з найвідоміших своїх робіт – «Тигрова акула в акваріумі з формаліном» – за 12 млн дол. США. Безпрецедентною у світі мистецтва стала робота художника «За любов Господа» – череп, інкрустований діамантами, який художник оцінює не менше ніж у 75 млн євро.

Такі події змушують дослідників виходити за межі суспільства споживання Бодріяра і розпочати дискурс, що зачіпає процеси формування нових споживчих мотиваторів: культура споживання, споживча етика, споживча мораль. З кожним новим експериментом художника виникають усе нові теми для обговорення. Проте слід зазначити, що сприймати сучасне мистецтво як щось, що втратило традиції, шокуєче й інколи незрозуміле – не правильно. Величезна кількість сучасних художників пишуть в академічній манері і їхні виставки також дуже популярні (Джим Едвардс, Філіп Віньяль та ін.). Їхні роботи настільки захоплюють глядача, що слід говорити про розвиток сучасного мистецтва, а не про його деградацію.

В українському дискурсі знаходимо таку ж думку, що *сучасне мистецтво* в нинішньому своєму статусі сформувалося на рубежі 1960-1970 рр., а художні пошуки того часу можна охарактеризувати як відкриття альтернатив модернізму, що виразилося в пошуку нових образів, нових засобів і матеріалів вираження, аж до дематеріалізації об'єкта (перформанси і хепенінги). Зокрема, найпомітнішими явищами рубежу 1960-1970 рр. мистецтвознавці називають розвиток *концептуального мистецтва і мінімалізму* (посилилася соціальна спрямованість арт-процесу як з точки зору змісту, так і складу, зокрема найпомітнішим явищем середини 1970 рр. став фемінізм у мистецтві, а також зростання активності етнічних меншин і соціальних груп (наприклад, «мистецтво аутсайдерів»), а кінець 1970 рр. і 1980 рр. охарактеризувалися поверненням зацікавленості до зображення, кольору і фігуративності (розквіт таких рухів, як «Нові дикі»); на середину 1980 рр. припадає час активізації рухів, що використовують образи масової культури – кемпізм, мистецтво іст-віліджу, набирає сили неопоп<sup>46</sup>. Отже, як і у випадку повоєнної Америки, ішлося насамперед про ефективне заперечення певної версії модернізму за допомогою «ри-

<sup>46</sup> Щербак Є. В. Соціокультурний контекст видозмін у хореографічному мистецтві XX – поч. XXI ст. *SWorld*. URL: <https://sworld.com.ua/simpoz4/112.pdf>



торики сучасності». Тобто спостерігався курс на розбудову сучасного мистецтва як складової проекту лібералізації пострадянської економіки. Концепт цього процесу полягав у тому, що художник відходив від ідеології, що тяжіла над ним за радянських часів, а виробництво мистецтва мало бути організоване за тією ж схемою, що й будь-яке інше виробництво, тобто сповідувати принципи ринкової економіки.

В Україні процес формування мистецької інфраструктури відбувався менш динамічно, ніж у світі, однак з успішними продажами на закордонних аукціонах, активізацією не лише київських, але й регіональних галерей; напрям українського мистецтва зміщувався від традиційного до актуального, а в межах самого актуального – від експериментального до комерційного. З'являлися молоді художники та колективи, які прагнули працювати у форматі актуального мистецтва, паралельно вивчаючи сутність цього мистецтва, протестуючи проти «академізму» і формуючи знання про світовий арт-процес, прагнучи передати його у відповідних практиках. Роботи Назара Білика, Романа Михайлова, Микити Шаленого давно вийшли за межі тільки актуальності.

Ще один приклад – *проект «Земля» художника Сергія Пастка*. В експозиції представлені оригінальні арт-об'єкти у формі мішеней. Це не тільки художній відгук на річницю анексії Криму та війну, яка почалася після цього. Мішені Сергія Пастка – певний філософський образ, створений з використанням справжнього чорнозему. Цикл «Земля» – роздуми про життя і його цінності. Духовну глибину художник передає за допомогою оригінальної авторської техніки накладення один на одного кількох графічних малюнків. Таким чином, мішені перетворюються на відчинені вікна у світ природи, наповнений нашими емоціями, спогадами, прагненнями, душевним теплом. Саме в цьому художня цінність. Коли артоб'єкт несе не тільки політичний і соціальний підтекст, а й передає глибокий філософський. Адже завдання актуального мистецтва – не просто відображати сучасність, а створювати прецедент для роздумів і переосмислення. І якщо це вдалося, цінність художнього твору незаперечна<sup>47</sup>.

На думку В. Д. Сидоренко, з одного боку, актуальне мистецтво перетворилося на сферу, цікаву тільки для фахівців – мистецтвознавців, культурологів, істориків, а з другого – воно значною мірою впливає

<sup>47</sup> Миронова Т. Як зрозуміти цінність актуального мистецтва. Пояснює галеристка. *НВ*. 22.03.2018. URL: <https://nv.ua/ukr/style/blogs/jak-zrozumiti-sinnist-aktualnoho-mistetstva-pojasnjuje-halerist-2459590.html>

на візуальне сприйняття довкілля, сприяє розвитку дизайну, реклами, моди, телебачення. Об'єднуючим для них є те, що вони уточнюють причетність мистецтва до соціально-культурологічної і громадської проблематики, змістовною складовою якої є співзвучність нашому часові<sup>48</sup>. Водночас мистецтвознавець Олег Сидор-Гібелінда зазначає, що «contemporary art – синонім актуального, тобто експериментально-пошукового мистецтва наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. За наших умов – ситуативний синонім ПОСТМОДЕРНУ. Ні в якому разі не означає мистецтва, сучасного лише внаслідок своєї хронології появи на світ»<sup>49</sup>.

У середовищі колишнього Центру сучасного мистецтва дотримуються іншої позиції й вважають, що «*контемпорарі арт*» – це просто непорозуміння, журналістська помилка, яка виникла внаслідок браку освіти й поширилася через некомпетентність мистецького середовища. «*Контемпорарі арт*» – це і є contemporary art, сучасне мистецтво, а сучасне мистецтво, своєю чергою, – це все мистецтво, яке твориться зараз. Таким чином, не можна говорити про «сучасне мистецтво» і просто «мистецтво» – існує тільки хороше й погане сучасне мистецтво. На думку експертів<sup>50</sup>, у пошуках спільного для contemporary art і «контемпорарі арт» мова йде лише про вживання іншомовного словосполучення, яке було перенесено з усного мовлення на письмо, перекладене в кирилицю й привласнено пострадянським дискурсом. «*Контемпорарі арт*» в українській мові означає щось зовсім інше, ніж в англійській, саме внаслідок бажання з точністю скопіювати первинне значення, яке виявилось непередаваним за допомогою наявних слів і варто розглядати явище «контемпорарі арту» як локальний проєкт, що відбувся і має бути ідентифікованим як наслідок певної взаємодії з глобальним контекстом, що набула форми дискурсивного непорозуміння.

Ретроспектива на прикладі російського мистецтвознавства показує, що у 1990 рр., коли дискурс сучасного мистецтва не був сформований, існувала нагальна потреба у символічному вирізненні, формуванні специфічного художнього поля через самоназву, низку основних характеристик, що буде підтримувати та надавати ваги новітнім

<sup>48</sup> Сидоренко В. Візуальне мистецтво від авангардних зрушень до новітніх спрямувань. Розвиток візуального мистецтва України ХХ– ХХІ століття. Київ: ВХ [студіо], 2008. 187 с.

<sup>49</sup> Сидор-Гібелінда О. Українці на Венеційській бієнале: сто років присутності. К., 2008. С. 291.

<sup>50</sup> Контемпораріарт та актуальне мистецтво. *Спільне: журнал соціальної критики*. 08.06.2010. URL: <https://commons.com.ua/uk/kontemporariarta-aktualne-mistets/>

творчим висловлюванням. Актуальне мистецтво поривало зв'язки з прийнятими естетичними кодами, базуючись на радянській традиції нонконформізму та опираючись на підтримку західних інституцій. Попри критику, а іноді і відверту заборону, актуальне мистецтво почали колекціонувати, твори сучасних художників наповнили відомі світові аукціони. Бієнале і ярмарки сучасного мистецтва стали чи не найбільш обговорюваними культурними подіями, обов'язковими для відвідування світової бізнес-еліти. Зазначене дозволяло говорити про те, що актуальне мистецтво зайняло досить потужну нішу у світовій культурі і є найбільш цікавим з точки зору глядачів і покупців. Але чи всі роботи актуальних художників дійсно мають художню цінність, яка буде високо оцінена і через 15-20 років<sup>51</sup>. Однак наприкінці 2000 рр., коли «сучасне/актуальне мистецтво» стало просто «мистецтвом» (про що свідчать масштабні бієнале, ярмарки тощо), інституції та смислове поле були сформовані і потреба у додатковому позначенні відпала сама по собі – *актуальне* стало просто синонімом *сучасного*. Водночас говорити про сучасність мистецтва можна лише з позицій глобального розвитку, коли відбувається обмін знаннями в різних формах і представниками різних просторів, що активно залучаються до єдиної мистецької платформи, створюючи таким чином різноманітне дискусне поле.

Чому передове сучасне мистецтво, що здавалося спочатку дурним жаргом, стало сприйматися не те що з повагою – з пієтетом? Не останню роль тут зіграли гроші. За минулі десятиліття величезна їх кількість була вкладена у світ мистецтва. Державні кошти щедрими потоками витрачалися на «облагодження» старих музеїв і створення нових. Крах комунізму і відмова від втручання держави в ринкову економіку (і як результат – глобалізація) призвели до збільшення популярності мультимільонерів, для яких придбання предметів сучасного мистецтва стало дуже вигідною інвестицією. Ще кілька років тому міжнародний аукціонний будинок Sotheby's розраховував на покупців з трьох країн. Зараз таких країн вже більше двох десятків, і нікого не здивує присутністю нових багатих колекціонерів з Китаю, Індії та Південної Америки. Усі вже давно зрозуміли: мало купити гігантський особняк або архітектурний пам'ятник. Наповнений скандальними творами мистецтва, він стане цікавішим для відвідувачів.

<sup>51</sup> Миронова Т. Як зрозуміти цінність актуального мистецтва. Пояснює галеристка. *НВ*. 22.03.2018. URL: <https://nv.ua/ukr/style/blogs/jak-zrozumiti-sinnist-aktualnoho-mistetstva-pojasnjuje-halerist-2459590.html>

А таких творів не так-то багато. Якщо не вдається отримати «класиків» сучасного мистецтва, виручають «сучасники». Це роботи нині живих художників, які продовжують традицію сучасного мистецтва (початком якого домовимося вважати творчість імпресіоністів сімдесятих років ХІХ ст.). Але і в цьому сегменті ціни злетіли: вартість робіт іменитих художників, таких як американський майстер поп-арту Джефф Кунс, сьогодні зашмарна... Я думаю, що, коли мова заходить про визнання сучасного мистецтва, відправною точкою має стати не судження про те, добре воно чи ні, а розуміння його еволюції від класичних робіт Леонардо до сьогоднішніх заформалізованих акул і неприбраних ліжок. Як і у випадку з



більшістю об'єктів, що здаються на перший погляд незбагненими, мистецтво чимось нагадує гру – варто освоїти основні правила, і спочатку незрозуміле відразу набуває певного сенсу. І якщо взяти концептуалізм за таке правило для сучасного мистецтва – яке ніхто не може ані зрозуміти, ані коротко пояснити за чашкою кави, – то все стає на диво просто<sup>52</sup>.

Одним з важливих аспектів у дискурсі про особливості сучасного мистецтва є застосування критеріїв естетичного підходу. Існує думка, що він був визначальним тільки для образотворчого мистецтва і вичерпав себе ще на початку ХХ ст., а цінність сучасного мистецтва не в естетиці, а передусім у його ідеях та новизні (до того ж робота не завжди має бути складною у виконанні). «За таких умов для того, щоб зрозуміти, що хотів сказати автор, достатньо сприймати і взаємодіяти. Більшість робіт не має чіткого трактування і залишає місце для особистої інтерпретації. Можна милуватися, обурюватися або критикувати: мета художника – не залишити вас байдужим і допомогти пережити новий досвід. Автор хотів, щоб ви зацікавилися і замислилися. Або й

<sup>52</sup> Гомперц У. Непонятное искусство. От Моне до Бэнкси / [пер. Ирины Литвиновой]. М.: Синдбад, 2016. 464 с.

взагалі не думав про вас»<sup>53</sup>. Так от, щоб все це зрозуміти, необхідно «відвідувати музеї та галереї: багатьом скептикам сучасного мистецтва бракує глядацького досвіду. Виходити із зони комфорту, намагатися зрозуміти незвичне. Аналізувати свої емоції від побаченого. Зберігати дитячу допитливість, свіжість і гостроту сприйняття. Читати мистецьку літературу, не боятися ставити запитання експертам, художникам і кураторам. Для розуміння сучасних художників не потрібно володіти витонченим смаком, але важливо розуміти контекст і передумови їхньої творчості. Як і гра на музичному інструменті або вивчення мов, розуміння сучасного мистецтва вимагає часу. А найкращий результат дасть поєднання теоретичних знань і постійної глядацької практики. Головне не забувати про задоволення від процесу»<sup>54</sup>.

Таким чином, виходить, що сьогодні мистецтво і складна, і одночасно проста структура. Усталене твердження – раніше мистецтво прагнуло до досконалості, до реальності, щоб картина виглядала максимально реалістично. Але зараз дуже складно зрозуміти, до чого прагнуть митці. Проте просто потрібно зрозуміти, що сьогодні вони прагнуть створити діалог з аудиторією, з глядачем. «Сутність у тому, щоб підняти якісь важливі та актуальні питання. Ніколи не говоріть: «Я б теж так зміг». Головною метою є не майстерність, а послання, яке несе цей твір. Сутність може бути різною. Автор хотів сказати одне, ви побачили друге, а ваші знайомі взагалі третє. Це нормально для сучасного мистецтва. Не треба перейматись та одразу «гуглити», насолоджуйтесь... У сучасне мистецтво треба зануритися повністю. Якщо це фільм, дивіться його, зупиніться на хвилинку та повністю сконцентруйтеся. Теж саме про все інше. Ви отримаєте задоволення тільки від того, чому приділите увагу, не забувайте про це. Доступність. Вважаємо, що це дуже круто, що зараз мистецтво є практично всюди. Усілякі інсталяції на вулиці, безкоштовні музеї, стріт-арти і т.ін. Не хейтуйте таким потенціалом»<sup>55</sup>.

***Чи немає тут конфлікту між тим, що необхідно людині для її індивідуального розвитку і тими загальносоціальними цілями, які визначають цінності в більш широкому соціальному контексті?***

<sup>53</sup> Миронова Т. Як зрозуміти цінність актуального мистецтва. Пояснює галеристка. *НВ*. 22.03.2018. URL: <https://nv.ua/ukr/style/blogs/jak-zrozumiti-tsinnist-aktualnoho-mistetstva-pojasnjuje-halerist-2459590.html>

<sup>54</sup> Там само.

<sup>55</sup> 8 кроків, щоб зрозуміти (і прийняти) сучасне мистецтво. *Elle*. 01.03.2018. URL: [https://elle.ua/stil-zhizni/blog\\_stil\\_zhizni/8-shagov-chtobi-ponyat-i-prinyat-sovremennoe-iskusstvo-vse-chno-vi-boyalis-sprosit/](https://elle.ua/stil-zhizni/blog_stil_zhizni/8-shagov-chtobi-ponyat-i-prinyat-sovremennoe-iskusstvo-vse-chno-vi-boyalis-sprosit/)

**Оскільки в основі розвитку сучасних західних суспільств лежать економічні цілі й економічне зростання...** – Та ні, я думаю – навпаки. Зараз у всьому світі кожна серйозна компанія має в офісах картини, бере участь у благодійних акціях, пов’язаних з мистецтвом, виділяє гранти. Як показав світовий досвід, культура змінює погляди людей на життя, що також позитивно відображається на їхніх основних видах діяльності... Від того може бути тільки позитив. Я знаю з досвіду, коли в 90-ті роки один керівник компанії купив абстракцію і вона була представлена в його кабінеті, то його західні партнери зовсім по-іншому говорили з ним. Бо вони починали з картин... Якщо людина має такі роботи, це говорить про її інтелектуальний рівень. Тому я думаю, навпаки, коли людина не зосереджується на одному виді діяльності, а бачить ширше світ, то те, що вона може робити, вона робить більш свідомо<sup>56</sup>.

Як таке поняття масового мистецтва зустрічається і сьогодні та означає твори, породжені масовою культурою, орієнтовані на невимогливу так звану «середню» людину з недостатньо розвинутим художнім смаком і поширювані через засоби масової комунікації. Стосовно масовості і елітарності, то дискусія не закінчується і вона присутня на художніх ринках усіх країн. Загалом роль мистецтва поступово трансформується, а форма художнього процесу тепер важлива лише за паралельного її наповнення особливими сенсами, які є не просто ідеальними концептами краси, але й інноваційним відображенням суспільних проблем і викликів. Внутрішня рівновага глядача часто може бути, навпаки, порушеною, оскільки за споглядання сучасного мистецтва часто виникає багато запитань, і багато неочевидних явищ для глядача можуть перетворитись на незворотну реальність саме через їх візуальну репрезентацію.

Американський історик мистецтва Джеймс Елкінс завершив свою книгу про «дивні» стосунки сучасного мистецтва та релігії (вийшла у світ 2004 р.) таким твердженням: «Я б хотів закінчити свою книгу певним рецептом. Я міг би сказати, що релігійне мистецтво й образотворче мистецтво є однаковими, але такі різними, і тому немає особливої проблеми в тому, що сучасне мистецтво уникає релігії. Або ж я міг би запропонувати тезу про те, що релігійні сюжети не присутні в сучасному мистецтві, бо культурні умови нашого життя не потребують цього. Або ж я міг би стверджувати, що релігійний

<sup>56</sup> Художник Анатолій Криволап: «Якби політики мали зв’язок з мистецтвом, то була б інша Україна». *Українська правда*. 30.11.2018. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2018/11/30/234358/>

смісл є закладеним у модернізмі, навіть якщо ми про це не говоримо. Чи міг би перевести розмову у містичні твердження, чи у пасажі про духовність мистецтва. Я навіть міг би стати на консервативну позицію і сказати, що Бога немає в сучасному мистецтві і воно потребує цензури та перезавантаження віри. Але жодне з цих тверджень не відображає складності відносин сучасного мистецтва і релігії. Дефініція, якою ми послуговуємося, а саме Бог, вже давно не використовується у текстах, які описують мистецтво, але ми також свідомі, що певною мірою ця дефініція і надалі є частиною мови, якою ми пояснюємо мистецтво»<sup>57</sup>.

Пітер Осборн, директор Центру досліджень сучасної європейської філософії (CRMEP) у Кінгстонському університеті в Лондоні зазначає, що «мистецтво – привілейований носій сучасності і було таким для попередніх форм модерності. З історичним розширенням, геополітичним поділом і тимчасовою інтенсифікацією сучасності, необхідністю будь-якого мистецтва став усвідомлений пошук себе в цьому розширеному полі. Це поєднання різних часів і відносин між громадськими просторами. Це дві головні осі, на яких буде побудовано історичне значення мистецтва. У відповідь на зазначений стан в останні кілька років міжнародні характеристики виставкових просторів стали основними маркерами їх сучасності. У межах цього процесу інституції сучасного мистецтва досягли безпрецедентного рівня історичної свідомості і створили новий вид культурних просторів – міжнародні бієнале, присвячених дослідженню засобами мистецтва подібностей і відмінностей геополітично різноманітних форм соціального досвіду, тільки зовсім недавно представлених в межах параметрів загального світу»<sup>58</sup>. Це був надзвичайно складний історичний процес. Проте такий результат можна охарактеризувати коротко як іманентний прояв у творах мистецтва глобальної суспільно-просторової діалектики місця, не-місця, потоків у формі діалектичних поєднань естетичного, концептуального і дистрибутивного аспектів мистецтва.

У такого мистецтва є шість основних рис: (1) необхідна, але недостатня концептуальність (мистецтво формується концептами, їх відносинами і практичною конкретизацією дискримінації: що є мистецтвом, а що ні); (2) необхідний, але недостатній естетичний вимір (усе мистецтво вимагає деякої форми матеріалізації); (3) анти-

<sup>57</sup> Elkins J. On the strange place of religion in contemporary art. Taylor & Francis Ltd. 2004. 148 p.

<sup>58</sup> Осборн П. Современное искусство — это постконцептуальное искусство. Ч. 2. *Spectate*. 12.09.2019. URL: <https://spectate.ru/osborn1-2/>



естетичне використання естетичних матеріалів; (4) нескінченне розширення можливих матеріальних засобів мистецтва; (5) радикально дистрибутивне – єдність індивідуального витвору мистецтва в тотальності множинної матеріальної конкретизації в будь-який момент; (6) історична пластичність кордонів цієї єдності<sup>59</sup>. Отже, термін «сучасність» – це загальний, хоча і роз'єднаний всередині, історичний час людських життів. Таке розуміння, по суті, проблематичне, проте надзвичайно стало.

---

В умовах української дійсності заслуговує на увагу проєкт «Gallery 101» щодо події, пов'язаної з поширенням в інформаційному середовищі форми для опитування, у якій людям було запропоновано висловити свої думки на мистецьку тематику. Наприклад, ось якими виявилися відповіді на запитання «Яка асоціація у вас виникає, коли ви чуєте термін «Сучасне мистецтво»: арт-хаус, галереї в заводських цехах, арт-інсталяції, поєднання класичного мистецтва і сучасних технологій, «х'юбст», всі відвідані виставки та галереї сучасного мистецтва, Дзига і Кауфман, музей мистецтва у Мілуокі, Пінчук Арт Центр і т.ін., Маріна Абрамовіч та іронічний фільм «Untitled», «мультикультуралізм», глибина образу, розмаїття асоціацій, невичерпність смислів, оскільки, на мою думку, мистецтво, і сучасне також, це палімпсест. «Культура, створена людьми усіх поколінь, у сучасному мистецтві переосмислюється нашим, умовно кажучи, поколінням»; «60-70 роки – початок. Тепер думаю частина йде в он-лайн. Там точно майбутнє і фото і відео і текст все в колаборації»; «Концепції замість естетики, актуальні теми, галереї, інтерактивне мистецтво»; «Щось дивне, шокує... Але якщо вдало зроблене, то захоплює!»; «Жан-Мішель Баскія, Герст, Яйої Кусаме. контрверсійні перформанси, інсталяції»; «Складне і незрозуміле, спроба створити щось нове»; «Щось дуже дивне і те що може намалювати і дитина»; «Щось незрозуміле, квадрати, мазня»; «Незрозумілість, відсутність справжнього таланту або бажання докладати зусиль. Зараз люди хочуть створити щось максимально швидко і здивувати або навіть шокувати публіку, а виходить якась «мазня»; «Згадую анекдот, який завершується фразою: «Мадам, я забув, в якому куті картини намалював Ваші очі»? А ще Чорний квадрат Малевича і трупи корів, погризені мухами у арт-галереї Пінчука. Як музикознавець я добре знайома з мурою яка зустрічається в сучасній

---

<sup>59</sup> Osborne P. Art Beyond Aesthetics: Philosophical Criticism, Art History and Contemporary Art. *Art History*. Vol. 27. No. 4. Pp. 651-670.



музиці – і це явно не додає бажання знайомитись з усім сучасним мистецтвом», «Картини без видимого сенсу»; «Trash»; «Чепуха»; «Меня интересует искусство, а не понты»<sup>60</sup>.

Зазначені відповіді все більше переконують, що для того, аби сприймати сучасне мистецтво, потрібно відкинути будь-які упередження і попередній досвід як догму. Сучасне мистецтво слід оцінювати зовсім іншими критеріями, ніж класичне мистецтво і навіть модерне. Класичне мистецтво проповідувало, розповідало про війни, рекламувало відомих постатей, генералів, оспівувало природу, «повчало», наставляло. Сьогодні – це, можна сказати, вже історія, що захована в запасниках музеїв і колекціях. Проте й сьогодні частина людей намагається сприймати сучасне мистецтво через призму класичного. Класичне та сучасне мистецтво мають кардинально різні цілі, тому порівнювати їх між собою не можна і не потрібно. Завдання ж актуального мистецтва – не просто відображати сучасність, а створювати прецедент для роздумів і переосмислення, відчути сьогоднішній складний і мінливий світ і спробувати його зрозуміти.

### 1.6. Ретроспектива і парадокси зарубіжного мистецтва

У сучасному світі мистецтво не існує автономно у вузькому середовищі, країни співпрацюють і взаємодіють між собою, проводять міжкультурні заходи, а регіони тісно пов'язані не лише економічно або політично, але і через сферу культури і мистецтва. Загалом творчість східно-європейських і центрально-європейських авторів сприймається по-різному в різних куточках світу, але це мистецтво займає своє почесне місце в культурі, має представників із загальносвітовою популярністю<sup>61</sup>. Таке тлумачення хоч і відображає характер і одну з особливостей так званого «перехідного періоду» постсоціалістичних країн до ринкових механізмів інтернаціоналізації відносин, проте

<sup>60</sup> «Ви і мистецтво». наскільки зрозумілим та потрібним є для українців сучасне мистецтво» – результати дослідження. «*Gallery 101*» Project. 2019. URL: <https://gallery101.com.ua/you-and-art/>

<sup>61</sup> Искусство центральной и восточной Европы: пути развития и влияние на общемировую культуру. *The Wall Magazine*. 08.05.2016. URL: <https://thewallmagazine.ru/art-of-europe/>

залишається актуальним у контексті сучасної культурної політики Європейського Союзу.

Дослідження показують, що якщо розглядати загальну картину світового мистецтва ХХ ст., то у світлі соціальної і національної проблематики можна знайти щось вкрай особливе. Взаємовідносини мистецтв, різних за соціально-історичною типологією і національним характером, мали двояку природу. Поєднані в одному хронологічному періоді художні культури співвідносяться одна з одною і як старе і нове, відповідно до свого історичного генезису, і як одночасно наявні соціальні та національні художні сили, взаємодія яких відбувається на одному полі і нерідко проявляються в зіткненні протилежностей.

Так, Європа – це регіон унікальної різноманітної культури. Попри те, що кожна європейська країна має самобутні риси, їм також притаманні спільні компоненти. Останні кілька століть світ і культура людської цивілізації були європоцентричні. Попри всю важливість культурного внеску східних, азійських і американських націй, вважається, що саме Європа досягла того рівня прогресу, який дозволяв їй вважатися ядром мистецтва, зразком демократичних і ліберальних цінностей, двигуном технологій, а також принципів соціального устрою.

Сучасна європейська культура, яка в історичній ретроспективі поширилася на велику частину решти світу, ґрунтується на принципах, сформованих ще в античні часи. Давньогрецька культура була настільки системно, комплексно, глибокою і деякою мірою досконалою, що стала базисом для загальнолюдських сфер мистецтва і науки. Так, філософ М. Мамардашвілі зазначав, що «вся сучасна цивілізація це всього лише коментарі до Платона»<sup>62</sup>. Європейська культура – це не тільки моральні і політичні цінності, це і живопис, скульптура та інші види мистецтва, основи якого були закладені ще в Греції і Римі. Пройшовши через темні середні віки, європейська культура відродилася, подарувавши світові таких геніальних майстрів, як Леонардо да Вінчі, Мікеланджело та ін. Потім розпочався період Нового часу, де виникли нові жанри і стилі мистецтва: класицизм, бароко, рококо, імпресіонізм. Дві системи мистецтва, що визначилися до кінця ХІХ ст., – стара і нова, академізм і авангардизм – були не лише різними, започаткованими на різнорідних цінностях, але й несумісними одна з одною, оскільки авангардизм у мистецтві, виходячи з етики єдиного і рідкісного, створювався саме як відмова від традицій, затверджених

---

<sup>62</sup> Мамардашвили М. Сознание и цивилизация. СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. 288 с.

конформістською етикою; при цьому перша система звинувачувалась у конформізмі, а друга – у снобізмі.

Вважається, що сучасного вигляду європейське мистецтво остаточно набуло в ХХ ст., коли з'явилися інші жанри, зокрема модерн, сюрреалізм, кубізм. Настільки рішучий акцент на фактурі, техніці мазка демонстрував вже не стільки прояв індивідуальної оригінальності, скільки прагнення насолодитися природно-чуттєвими енергіями поза будь-якого ідеологічного наповнення, розкрити силу буття, сприймати не привнесені ззовні смисли, а пережити через мальовничу мову і текстуру картини саму структуру природи.

Пошуки основних смислів епох і культур, як і досвід живопису в «розповідях історій» з цих творчих позицій, стали вважатися сумнівним заняттям. Знову в історії мистецтва сталося те, що прийнято позначати «культура і вибух». Імпресіоністи творили нову художню реальність, проявляючи незвичайну творчу волю, шокуючи обивателя, але водночас, наділяючи нас новим зором і значною мірою перетворюючи власні смаки та погляди на природу і можливості мистецтва, можливості художньої форми<sup>63</sup>. Головним підтвердженням цього так званого перевертута став перехід західних художніх інституцій до нових цінностей: з цієї миті музеї почали купувати сучасні і новаторські твори, державні субсидії почали надаватися авангардним художникам, і можна було говорити, що авангардизм самостверджувався, хоча широка публіка прийняла ці нововведення із запізненням на одне або два покоління.

Епоха постмодернізму (II пол. ХХ ст. – по цей час) характеризується яскравими представниками європейського постмодерну, серед яких Франческо Клементе, Міммо Палладіно і Жерар Гаруст; архітектори Рікардо Бофілла і Террі Фарелла та ін., а культурне життя Європи на рубежі ХХ-ХХІ ст. вважається художнім відображенням протиріч навколишньої дійсності. Зокрема, характерними є пошук місця людини і творчого начала її особистості в системі соціально-економічних і політичних картин світу та нової, інформаційної епохи; неоднозначність і активна критика концепції суспільства споживання. Безумовно, що все це відображається на особливостях світосприйняття сучасної людини і спонукає до пошуку неординарних, інколи незрозумілих художніх форм і творчих рішень. А суперечливість постмодерністських тенденцій, незалежно від суб'єктивної оцінки їх змісту і естетичних форм, свідчить

<sup>63</sup> Кривцун О. А. Искусство как феномен культуры. *Вопросы теории искусства*. 2018. № 1. С. 2-31.

про динамізм творчого, духовного життя Європи і, особливо, про величезний культурний потенціал європейського живопису.

Отже, дія постмодерну – це етап європейської культури, який отримав свій розвиток у II половині XX ст. і охопив всю соціокультурну сферу життя. Багато в чому постмодерн сформувався після усвідомлення того, що модерн, на який поклалися надії щодо перетворення світу, так і не врятував людство від катаклізмів середини століття. Постмодерн – це про стан сучасної культури, що включає в себе своєрідну філософську позицію, а також масову культуру цієї епохи. Сюди ж входять абстрактний експресіонізм, концептуалізм та інші форми мистецтва.

---

Постмодернізм як напрям мистецтва означає повернення до традиції і розвивається з 1955 р., на думку Леслі Фідлера, хоча термін «постмодерна людина» був запропонований Р. Паннівца в роботі 1917 р. «Криза європейської культури». А. Тойнбі знову висунув цей термін в 1947 р. Постмодернізм у своєму розвитку проходить кілька етапів: 1) ранній період з кінця 1950 рр.; 2) період неоконсерватизму з 1970 рр.; 3) епічно-монументальний період (або тоталітарний) з кінця 1980 рр. Зі створенням теорії відносності А. Ейнштейна (1905 р.) розпочався квантово-релятивістський період неklasичної фізики. У мистецтві цей час – розквіт епохи модерну. З 1990 рр. наука вступає в постнекласичний період, пов'язаний з відкриттям законів нелінійної фізики, виникненням нових наукових дисциплін (синергетики, ноосферології, біоніки) і успіхами в генній інженерії, кібернетиці та ін. науках. Недовіра до класичного і посткласичного знання, введення в науковий обіг наративного знання – головні характеристики епохи постнекласичного знання. Постмодернізм відображає зміну наукової парадигми в постіндустріальному суспільстві, пов'язану з визріванням нового порядку з хаосу. Модерн розриває зовнішні і внутрішні зв'язки з природою, суспільством, людиною, постмодернізм їх відтворює, займаючись наполегливим пошуком закономірностей у різноманітті. Постмодернізм – це «режим із загостренням» відкритої і нелінійної системи, де інформаційний обмін з навколишнім середовищем здійснюється не тільки через кордони, а й точково (у кожній точці простору), як в діахронному, так і в синхронному режимі<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> Ермилова Г. И. Постмодернизм как феномен культуры конца XX века. *Знание. Понимание. Умение*. 2008. № 4. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Ernilova/>

Постмодерністське мистецтво відмовилося від спроб створення універсального канону з суворою ієрархією естетичних цінностей і норм. Єдиною незаперечною цінністю вважається нічим не обмежена свобода самовираження художника, що ґрунтується на принципі «все дозволено». Усі інші естетичні цінності відносні і умовні, необов'язкові для створення художнього твору, що робить можливим потенційну універсальність постмодерністського мистецтва, його здатність включити в себе всю палітру життєвих явищ, але також часто призводить до нігілізму, свавілля і абсурдності, підлаштування критеріїв мистецтва до творчої фантазії художника, стирання кордонів між мистецтвом та іншими сферами життя. Водночас дослідники відзначають подвійність постмодерністського мистецтва: втрату спадщини європейських художніх традицій і надмірну залежність від культури кіно, моди і комп'ютерної графіки, а з іншого боку, постмодерністське мистецтво ставить гострі питання, вимагаючи не менш гострих відповідей, зачіпаючи нагальні проблеми моралі, що повністю збігається з основною візією мистецтва як такого. Ось характеристика деяких течій сучасного мистецтва.

У *концептуалізмі* (кінець 1960 рр. – теперішній час) концепція твору важливіша за його фізичне вираження, мета мистецтва – у передачі ідеї. Концептуальні об'єкти можуть існувати у вигляді фраз, текстів, схем, графіків, креслень, фотографій, аудіо- та відео- матеріалів. Об'єктом мистецтва може стати будь-який предмет, явище, процес, оскільки концептуальне мистецтво становить собою чистий художній жест. Один з основоположників течії, американський художник Джозеф Кошут, вбачав значення концептуалізму в «докорінному переосмисленні того, яким чином функціонує твір мистецтва – або як функціонує сама культура ... мистецтво – це сила ідеї, а не матеріалу». Отже, концептуальне мистецтво звертається не до емоційного сприйняття, а до інтелектуального осмислення побаченого.

*Мінімалізм* (1960 рр. – теперішній час) – художня течія, що виникла в Нью-Йорку в 1960 рр. У теорії мистецтва зазвичай розглядається як реакція на художні форми абстрактного експресіонізму, а також на пов'язані з ним дискурс, інституції та ідеології. Для мінімалізму характерні очищені від всякого символізму і метафоричності геометричні форми, повторюваність, монохромність, нейтральні поверхні, промислові матеріали і спосіб виготовлення. Мінімалізм прагне передати спрощену суть і форму предметів, відсікаючи вторинні образи і оболонки. Переважає символіка кольору, плями і ліній. До



Кошут Джозеф «Один і три стільці»

мінімалістів належать: Карл Андре, Ден Флавін, Сол Ле Вітт, Дональд Джадд, Роберт Морріс, а також іноді зараховують до них Френка Стелла.

*Симультанне мистецтво.* Принцип футуристичного живопису, що складається з поєднання в одній композиції різних моментів руху. Для футуристичного живопису характерні композиції: з роздробленими на фрагменти фігурами і гострими кутами, що їх перетинають; з переважаючими формами зигзага, спіралі, еліпса, воронки, скошеного конуса. Симультанність – конструювання, які передбачають, по суті, нескінченне число все нових і нових варіацій, схем, що дозволяє майстру здивувати, збентежити, викликати неприязнь (але не байдужість – що головне), шокувати реципієнта.

*Стохатизм* (1980 рр. – теперішній час). Стохатіпія – вид монотипії, який складається зі стохастичних фракталів, отриманих природним способом. Стохатіпію називають також фрактальною монотипією. Стохатіпія належить до фрактального мистецтва, а також це один з видів еволюційного мистецтва. Найбільш цінними вважаються фігуральні стохатіпії, оскільки ймовірність виникнення образу людини під час виготовлення стохатіпії значно менша, ніж пейзажу. Стохатіпії, як фрактальні малюнки, бувають двох типів: оригінальні монотипії і адаптовані (домальовані) художником до його задумом. Стохастичні малюнки є видом модернізму в образотворчому мистецтві. Термін стохатіпія ввела в 1980 р. естонська художниця Леа-Туті Лівшиць.

Загалом, на думку мистецтвознавців, неможливо визначити не тільки якийсь загальний єдиний стиль світового мистецтва в ХХ ст., але і розташувати в єдиному ряду стильової еволюції всі складові його художнього руху. Щобільше, жоден з наявних у мистецтві ХХ ст. навіть найбільших рядів стильової еволюції не вичерпує собою всього його розвитку і не охоплює цей розвиток загалом. Так, наприклад, траєкторія від постімпресіонізму до абстракціонізму відповідає тільки одній стороні історії художнього процесу ХХ ст. За межами розвитку реалізму також залишається чимала кількість вкрай істотних явищ. Кожному з таких рядів розвитку властиві свої закономірності. Лише в сукупності і взаємодії всі вони утворюють історію мистецтва ХХ ст., багатоканальний рух якого поєднує в собі діахронні і синхронні начала<sup>65</sup>.

Подальша еволюція уявлень про мистецтво в Західній Європі і його теоретико-методологічне осмислення пов'язано з роботами Т. Адорно, Л. Ловенталя, А. Хаузера, Х. Данкана, Гольдмана, В. Райта, Х.-Г. Гадамера, П. Бурдьє та ін. Новітні методологічні підходи зазнають впливу інституціональної теорії і створюються в руслі постмодерністської соціальної теорії й прагнуть обґрунтувати нові проблеми й поставити та вирішити завдання, обумовлені суттєвою трансформацією соціального середовища. Зокрема, мова йде про роботи Ж. Бодріяра, У. Еко, Г. Дебора, Р. Барта, М. Маклюєна, Ф. Джеймсона.

Події ХХІ ст. показують, що людина прагне відійти від незгоди з собою і навколишнім світом, болю і негараздів, дискомфорту в зону фізичного і морального благополуччя, комфорту, що стало наслідком формування нового типу споживача. Життєві реалії знайшли відображення в мистецтві, звільненому від жорстких правил минулого, з нез'ясовним бажанням розірвати усі прийняті норми, прагнучи створити нові, до цього невідомі нікому практики, з іншими способами розкриття своїх сюжетів<sup>66</sup>. У західному світі давно встановлено, що цінність індивідуальних свобод і досягнень політично вигідна, економічно і соціально ефективна, адже людина тоді згодна на співпрацю, коли їй надаються умови комфортного існування. Зараз, як ніколи, відчувається потреба у виробленні нових цінностей, наприклад, звернення до

<sup>65</sup> Особенности зарубежного искусства XX века: периодизация, проблемы изучения. *Искусствовед. ру – сетевой ресурс об искусстве и культуре*. 2018. URL: <https://iskusstvoed.ru/2018/06/10/osobennosti-zarubezhnogo-iskusstva-h/>

<sup>66</sup> Сарикек Г. Р. Искусство XXI века как часть общества комфорта (философско-эстетический анализ). *Известия вузов. Северо-кавказский регион. Общественные науки*. 2018. № 2 С. 22-27.



цінності комфорту як частини властивої індивіду природної системи задоволеності. Х. А. Ліврага характеризує суспільство комфорту як «сукупність надмірно роздутих природних людських потреб»<sup>67</sup>, що, звичайно, не могло не вплинути на розвиток мистецтва.

Безумовно, факт зміни ролі мистецтва останніми роками в західній культурі вже загальновідомий, однак соціокультурні трансформації, динаміка художніх процесів, як і раніше, генерують нові, креативні види і форми, жанри, практики втілення сучасного мистецтва, настільки варіативні, що інколи буває складно визначити межу між справжнім витвором мистецтва і твором дизайну. Як і будь-які інші процеси, художній процес зазнає серйозного впливу фактора глобалізації.

Ретроспектива показує, що глобалізаційні процеси в сучасному мистецтві почали привертати увагу у 1990 рр. і пов'язували їх з поширенням нормативного статусу тієї художньої мови, що стосувалась західного модернізму. Так, у 1989 р. пройшла виставка «Маги землі», з якої, вважається, розпочалася епоха глобалізації в мистецтві<sup>68</sup>, художня культура взяла курс від унікальності до уніфікації. Виник так званий «мультикультуралізм», який критикується багатьма науковцями та експертами, і сучасне мистецтво швидко увійшло в ритм глобалізації, створюючи з різноманітності форм його пряму протилежність – однаковість. К. Соколов, досліджуючи глобалізаційні процеси в мистецтві, зазначає, що сучасне мистецтво історично є західним конструктом. «У «мультикультурному» просторі «хороший художник незахідного походження» відчуває себе зобов'язаним пред'являти свою «культурну ідентичність». У результаті, наскільки б полярними не були позиції художника з країн «периферії» і художника «центру», вони обидва опиняються відчуженими від власного контексту. Згідно з ідеологією мультикультуралізму, художники зобов'язані створювати художні образи, виходячи з власної відмінності (зокрема з історії своєї країни), але за можливості використовуючи стандарти і коди Заходу. Водночас сучасний художник відображає у своїй практиці більшою мірою не свою національну культуру<sup>69</sup>. Однак, на думку В. Мізіано,

<sup>67</sup> Ливрага Х. А. Общество комфорта и философия риска. *Человек без границ*. 12.03.1977. URL: [http://www.manwb.ru/articles/philosophy/filosofy\\_and\\_life/KomfRisk\\_JAL/](http://www.manwb.ru/articles/philosophy/filosofy_and_life/KomfRisk_JAL/)

<sup>68</sup> О'Нил П. *Культура кураторства и кураторство культур(ы)*. М.: Ад маргинем, 2015.

<sup>69</sup> Соколов К. Б. Глобализационные процессы в искусстве. *Ярославский педагогический вестник*. 2018. №6 (105). С. 303-308. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsionnye-protsessy-v-iskusstve>



у супереч всім глобалістським прагненням, на сьогодні немає жодного художнього інституту, який мав би транснаціональний характер. Усі інститути – музеї, виставкові центри, центри сучасного мистецтва та інші інфраструктурні об'єкти сучасної системи мистецтва – у підсумку національні<sup>70</sup>.

Звичайно, нові покоління художників творять, озираючись на своїх попередників, але з'являються і нові тенденції, особливо в умовах глобалізації. Наприклад, цікаво стежити за тим, що створюють молоді африканські і афро-американські автори, зокрема з африканських діаспор у Великобританії. Одним з яскравих прикладів є творчість Майкла Армітажа. Накладаючи свої власні переживання на те, що відбувається в країні, де він народився (Кенія), художник використовує фотографії реальних політичних подій (вуличні демонстрації в Найробі) як основу для композиції своїх картин, водночас у його роботах можна розгледіти звернення як до старих майстрів, так і до модерністів. Ще один приклад – довгоочікуваний тріумф афро-американського мультимедійного художника Артура Джаффа на Венеціанській бієнале, де він отримав вищу нагороду, Золотого Лева, за фільм про расові утиски в США.

Витончена експресивність японського мистецтва відома в усьому світі. Однак далеко не всі знають, що попри високу концентрацію естетичного і художнього досвіду протягом багатьох століть, поняття «мистецтво» і саме це слово з'явилися в Японії лише в II половині XIX ст., після знайомства з західноєвропейськими науковими теоріями. Причиною імпліцитності японського мистецтва були деякі особливості світосприймання японців. Вони ж визначили роль і значення в житті суспільства і людини художніх практик, тобто роль і значення фактично існувало, але не усвідомлювалося як мистецтво, так само як і критерії художності, і естетичні ідеали<sup>71</sup>.

Але якщо ви колекціонер, то орієнтуватися тільки на географію або расову/ сексуальну/статеву приналежність, або на вік художника не варто. По-перше, за всіма тенденціями не встигнути, а по-друге, справжнє мистецтво оперує універсальними цінностями, які зрозумілі і важливі незалежно від контексту його створення. Тим, хто тільки починає вивчати світ сучасного мистецтва, рекомендую відправитися в музей Tate Modern. Крім тимчасових виставок, експозиція основної

<sup>70</sup> Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. *Электронная библиотека e-libra.net*. 2012. URL: <https://elibra.ru/read/382663-pyat-lekciy-o-kuratorstve.html>

<sup>71</sup> Герасимова М. П. Импліцитность японского искусства. Причины и следствия. *Японские исследования*. 2017. №4. С. 62-79.

колекції дуже цікаво організована і постійно змінюється. Наприклад, роботи згруповані не за часовою ознакою – від старого до нового – а за темою або матеріалами, які використовували художники. Практично в кожному з житлових районів Лондона є безкоштовна галерея з масштабною програмою виставок. Зокрема, великою популярністю користуються екскурсії в Кенсінгтон – там розташована знаменита Serpentine Gallery, у якій виставлялися такі відомі художники, як Марина Абрамович, Крісто і Грейсон Перрі. На півдні Лондона є щойно відремонтована South London Gallery. Там же, у Пекхаме, є багато маленьких галерей – у них теж варто обов'язково заглянути, щоб подивитися на роботи випускників з довколишніх художніх шкіл – Camberwell College of Arts і Goldsmiths College. У цьому ж районі рекомендую відвідати щорічну виставку сучасної скульптури, яка проводиться щоліта на даху покинутої багатопверхової парковки. Найбільше культурних просторів, звичайно, розташовано на сході Лондона і в самому його центрі – у районі Mayfair. Галереї на сході виставляють художників молодших, продовжуючи традицію, що склалася в 1990 рр., коли Shoreditch і Hackney були оплотом художнього авангарду. Там рекомендую відвідати галереї в районі Bethnal Green, такі як Maureen Paley, Herald Street, а з молоді мені особливо подобаються Soft Opening і Nicoletti Contemporary.

Галерей у Mayfair дуже багато, тому для зручності я поділяю весь район на три окремих сектори: Lower, Upper Mayfair і те, що ближче до Oxford Circus. Більшість з них працюють з найвідомішими художниками сучасності і якість їх виставок часом не поступається музейним. Однією з найцікавіших галерей є Hauser & Wirth. Їх програма складається з діячів різних поколінь, що дуже цікаво, тому що дозволяє провести паралелі між різними епохами сучасного та актуального мистецтва. Є ще одне цікаве місце, куди мені дуже подобається водити екскурсії – це кластер галерей у районі Bermondsey, де слідом за відкриттям нового простору галереї White Cube в 2012 р. з'явилися і менші галереї, такі як Cecilia Brunson Projects, наприклад. Тепер там можна із задоволенням провести півдня, прогулюючись виставками<sup>72</sup>.

---

Спостереження показують циклічний характер мистецтва, а повторність відбувається усвідомлено, і сучасні художники теж нерідко звертаються до діячів мистецтва минулих століть у пошуках натхнення.

<sup>72</sup> Современное и актуальное искусство и где его смотреть в Лондоне. *Afisha London*. 2020. URL: <https://afisha.london/2020/04/16/izuchaem-i-investiruem-art-konsultant-o-mire-sovremennogo-iskusstva/>



Девід Хокні. Tate Britain

Мабуть, найбільш вдалим прикладом подібної циклічності може слугувати вже згадана нами робота Марселя Дюшана «Фонтан» – твір, що став основою для цілого напрямку в мистецтві – концептуалізму. Деякі художники запозичили у Дюшана зміст: ідею про те, що будь-яка річ може стати витвором мистецтва. Інші зверталися до форми і опрацьовували її на свій лад. Отже, виникає риторичне запитання: чи варто протиставляти мистецтво сьогодення і минулих століть, адже сучасне мистецтво, по суті, вже це зробило за нас?

Ще один аспект: мистецтво завжди прагнуло взаємодіяти з глядачем, прагнуло пробудити його уяву, змусити випробувати ті чи інші емоції при погляді на картину або скульптуру. Однак жоден стиль і жодна епоха до середини ХХ ст. не могли об'єднати художника, твір і глядача, поки не настала епоха постмодернізму. Мистецтво постмодернізму подарувало нам нову форму – перформанс, яка, своєю чергою, дала шанс усім охочим стати на місце автора роботи. Сучасні художники цілеспрямовано залучають до створення свого твору глядачів. Подібного роду взаємодія і дозволяє глядачеві точніше визначити ідею, що закладалася автором, і таким чином усвідомити зміст художнього витвору і сприйняти його.

Загалом, щоб зрозуміти сутність сучасного мистецтва в наш час, необхідно застосовувати різні підходи й інструменти сприйняття. Як

зазначає Метт Браун<sup>73</sup>, «один з недоліків опису мистецтва полягає в тому, що у випадку з ним краще один раз побачити, ніж сто разів почути. Часто автору доводиться скрупульозно описувати картину, витрачаючи на це кілька абзаців тексту просто тому, що бюджет книги не дозволив придбати права на публікацію фотографії... але в ХХІ ст. необхідність у подібних ілюстраціях зникає. У більшості з нас є смартфон або планшет, доступні в будь-який час. Якщо я згадаю в тексті незнайомий вам твір мистецтва, пошукайте його зображення в Інтернеті. Розгляньте його з усіх боків, збільшіть. Вдумайтеся в деталі, перш ніж продовжити читання. Це не шахрайство, зовсім навпаки. Нерідко Інтернет дозволяє розглянути художній твір краще будь-якої репродукції, і я вважаю за краще заповнити сторінки цікавими історіями, а не працювати над переказом картинки».

### **1.7. Естетика мистецтва: переосмислення концептуальних засад**

В останні десятиліття практично в усьому світі не вщухає дискурс теоретиків і критиків різних галузей знань щодо кризи сучасного мистецтва і краху традиційних естетичних уявлень і цінностей з обов'язковим обговоренням філософських питань про необхідність переосмислення онтологічного статусу мистецтва та перегляд знанневих засад естетики. Ось як описується типова в багатьох випадках ситуація щодо сприйняття сучасного мистецтва: «Досить часто, переглядаючи інформацію про сучасні бієнале, виставки, фестивалі інсталяції тощо складно позбутися відчуття, що тебе десь ввели в оману, підмінили якісь поняття. Стоїть собі в галереї проста людина, яка побажала культурно просвітитися, дивиться на жадливі споруди, безглузді твори з автомобільних запчастин і туалетного паперу, картини, створені з цвяхів і канцелярських скріпок, і думає: «Хіба весь цей мотлох можна назвати мистецтвом?» Таке незрозуміле, на їхню думку, так зване «мистецтво» провокує, викликає гнів, а часом – відштовхує. Ми звикли бачити у творах достовірність моменту, точність настрою, реальність подій. Складається відчуття, що сьогоднішні діячі мистецтва не просто уникають естетики, прагнення подарувати глядачеві естетичне задоволення, а навпаки – всіляко протиставляють себе

<sup>73</sup> Браун М. *Всё, что вы знаете об искусстве — неправда*. М.: Ад Маргинем Пресс, ABCdesign, 2020. 160 с.

традиційним уявленням про красу, підкреслюють свою антиестетичну спрямованість. Цілі диктують інструменти творіння»<sup>74</sup>. Очевидно, що здебільшого сучасна творчість не ставить перед собою мету візуально здивувати глядача, сприйняття має виходити за межі естетичних категорій, головним стає посил автора. Ми самі не помічаємо, як стаємо учасниками шоу, частиною артоб'єктів...

З позицій гнесеологічного підходу слід нагадати два загальновідомі факти з історії та теорії західноєвропейського мистецтва: спочатку грецькою мистецтво називалося «*техне*» й асоціювалося з майстерністю ремісника і передбачало досконалість форми. Згодом (а саме після того як в 50-х роках XVIII ст. Олександр Баумгартен заговорив про науку чуттєвого пізнання, на відміну від пізнання логічного, і запропонував термін «естетика») індивідуальність автора, його бачення світу і образи, створені ним для вираження своєї ідеї, розглядалися як основні ознаки того, що стали називати «мистецтвом». Сьогодні головним критерієм художності в західноєвропейському розумінні вважається образність, завдяки якій ідея автора панує в художньому просторі його творіння. Однак дійсність така, що критерії оцінки історично обумовлені і непостійні – кожна епоха породжує свої цінності та ідеали. Так, у країнах західноєвропейської культури, зміна історичних епох супроводжувалася зміною естетичних ідеалів, проте всі вони існували в межах однієї і тієї ж світоглядної парадигми.

Важливо зазначити, що, маючи намір говорити про естетику, ми маємо розпочати з філософії, яка першою відкрила культуру. Адже в момент своєї появи естетика була, як відомо, частиною філософії, її продовженням. Власне, вона і виникла як філософія мистецтва, тобто як окрема філософська дисципліна. Цю другу назву естетики пропонував Гегель. Як пише Т. Адорно, естетичний момент не є для філософії випадковим і несуттєвим<sup>75</sup>. Естетика, культивуючи з часів Канта дух гри, дозволяє відчувати стихію філософії, з якої вона вийшла, тобто ігрову стихію<sup>76</sup>.

<sup>74</sup> Творческие прорывы и профанации современного искусства. *Некомпетентность.net*. 2020. URL: <https://nekompetentnosti.net/analitika/sovremennoe-iskusstvo-progyiv-tvorchestva-ili-fikczija>

<sup>75</sup> Адорно Т. В. Негативная диалектика. 1966. М.: Научный мир, 2003. 374 с. С. 23.

<sup>76</sup> Пономарева Г. «Новая игра» современного искусства: вызовы воображения. *Философия современного искусства*: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014.

У цьому контексті, як зазначає І. Печеранський, серед основних періодів становлення естетичної та теоретико-мистецтвознавчої думки на окрему увагу заслуговує період, що його умовно прийнято називати «німецькою класичною естетикою», який, своєю чергою, вважається складовою тієї німецької естетичної традиції, що бере початок від есе Й. Вінкельмана «Думки про наслідування грецьким творам у живописі і скульптурі» (1755 р.) до праць М. Гайдеггера «Витоки художнього твору» (1935-1936 рр.) і Т. Адорно «Естетична теорія» (1970 р.). Зокрема, мова йде про естетичні вчення І. Канта («Критика здатності судження», 1790 р.), Ф. Шеллінга («Філософія мистецтва», що була видана вже після смерті автора, у 1859 р.) і Г. Гегеля («Лекції з естетики», перший том яких з'явився в 1835 р., а в 1838 р. вийшло повне перше видання записів лекцій)<sup>77</sup>.

У сучасному мистецтві як важливій складовій культури спостерігається тенденція динамічного оновлення, дифузії та змішування художніх мов, стилів, жанрів, видів, що відображається багатьма дослідниками (Х. Р. де Вентос, О. Калабрезе, У. Еко, К. Відаль, Ж.-Ф. Ліотар, Ж. Делез, Ж. Бодріяр, Гі Дебор, Ж. Ліповецькі, Е. Тоффлер, І. Ільїн, Н. Маньковська та ін.). Зокрема, І. Ільїн ототожнює добу постмодерну з химерою, що зумовлено прагненням у сучасній культурі поєднати цілісне осягнення життя з усвідомленням вихідної фрагментарності, несинтезованої роздробленості нинішнього людського досвіду<sup>78</sup>. Н. Маньковська специфіку постмодерністської естетики визначає через утвердження плюралістичної парадигми, антисистематичність, адогматичність, відсутність замкнених концептуальних побудов<sup>79</sup>. Так, на її думку, має місце модифікація естетичних категорій, естетичні мутації (пріоритетна роль категорії «комічного» в іронічній іпостасі, примат асиметрії, дисгармонії, а також неогедоністична домінанта). Стираються межі між видами й жанрами мистецтва, спостерігається дифузія стилів, еkleктичне змішування художніх мов. Ці особливості сучасної естетики, виокремлені дослідницею, – постмодерністська антиформа, гра, випадковість, фрагментарність, театралізація культури,

<sup>77</sup> Печеранський І. Сутність і призначення мистецтва в естетичному вченні Г. Гегеля. *Схід*. 2018. № 5 (157). С. 25-29.

<sup>78</sup> Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996. 256 с.

<sup>79</sup> Маньковская Н. Б. От модернизма к постмодернизму via постмодернизм. *Коллаж-2: Социально-философский и философско-антропологический альманах*. М.: ИФ РАН, 1999. С. 18-25. URL: [http://www.intelros.ru/pdf/Kollag/1999\\_2/3.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/Kollag/1999_2/3.pdf)



іронізм, мистецький синкретизм, концепція несамототожності тексту – цілком спільномірні з феноменом необароковості.

Ставлення до мистецтва побутового рівня нашого існування як необхідного модусу (*модус* – властивість предмета, притаманна йому в деяких станах, на відміну від *атрибуту* – невід’ємної властивості предмета у всіх його станах) естетично обумовлено тим, що воно: (1) найдавніший, початковий вигляд художньої творчості взагалі, чи то наскальний живопис, (має водночас практичний і сакральний сенс), гончарна або кулінарна майстерність, ремесло у створенні зброї, одягу, будівництва помешкань і т. ін.); (2) будується, як і «високе» мистецтво, за законами краси, є досі недослідженим у всій своїй глибині і широті освоєння (розуміння і реалізація); (3) започатковується на художніх образах, які несуть когнітивно-ціннісну інформацію про життя людей будь-якого часу, регіону і рівня розвитку; (4) безпосередньо впливає на почуття, волю та інтелект людини; (5) перманентно, а не тільки час від часу, впливає на життя людей. Іншими словами, стирає вічну межу між працею і дозвіллям; поглибленою «творчістю життя» і безтурботним; характеризує прямо, неприховано час і місце культури, її цінності, ідеали, міфи, забобони, тобто дає підставу для глибоких занурень в історію і регіональну своєрідність етапів розвитку культури і цивілізації<sup>80</sup>.

Гострим є питання про те, що ж потрібно розуміти сьогодні під метафізикою (філософією), і чи є актуальною вона у ставленні до естетики<sup>81</sup>... Для розуміння мистецтва сьогоденного, новітнього і виокремлення його від мистецтва сучасного виникло поняття – актуальне мистецтво, до якого естети, мистецтвознавці, культурологи відносять види і способи художньої творчості, що відрізняються взаємовідносинами мистецтва з модельованою реальністю і, відповідно, специфічним існуванням. Художня реальність актуального мистецтва, куди віднесені артпрактики (стрітарт, лендарт, хепенінг, перформанс, інсталяція, флеш-моб, енвайронмент, паблікарт), формується як безпосередня взаємодія з дохудожнім сьогоденним світом, у який людина занурена, у своє банальне існування. Актуальне мистецтво

<sup>80</sup> Стрелец Ю. Ш. Этическое и эстетическое в осмыслении жизни. Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2015. 265 с.

<sup>81</sup> Лисовец И. Эстетика и актуальное искусство в начале XXI века. *Философия современного искусства*: Материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014.

живе зараз у повсякденному житті міст, на вулицях, виставках і фестивалях сучасного мистецтва, у віртуальному світі, демонструючи радикальний перегляд колишньої художності. Звичайно, актуальне мистецтво критично змінило свою естетичну якість. Форма твору, колись іменована художньою (цілісність і естетична значущість), нині акцентує увагу на епатажі і спонукає до будь-якої реакції, нехай навіть відверто неприємної. У сучасній видовищній культурі сталося закономірне переакцентування із здорового глузду на вигляд, спосіб візуалізації, і несподіванка сприйняття тепер також пов'язується з художнім артефактом... Естетична, символічна, комунікативна природа мистецтва змінилась. З відмовою мистецтва від базових естетичних цінностей (прекрасного, піднесеного) усе таки не втрачено необхідність збереження досконалості художньої форми. Естетична основа мистецтва радикально змінилася: естетичне потворне будується за законами виразної конструктивної форми, деконструкція стає стійкою, ретельно проробленою конструкцією<sup>82</sup>. У цьому контексті, можливо, до contemporary art не можна підходити з точки зору традиційного сприйняття, треба відійти від жорстких меж «мистецтво-немистецтво», не протиставляти актуальних майстрів і класиків, адже творчість визнаних геніїв колись теж вважалася сучасною і експериментальною? Картини Раннього Відродження були новаторськими, порівняно з іконами, були свої вільнодумці, кубофутуристи, картини імпресіоністів свого часу зробили революцію художнього споглядання. Отже, це еволюційний процес.

Через зміну багатьох ідей, устрою життя, світогляду, переконань природа нового мистецтва видозмінила і сам процес сприйняття художнього зображення. Деякі автори зазначають, що сама історія працює проти краси і мистецтва – немає більше романтики, шкоди завдають мистецтву і політичні, економічні фактори; мистецтво популяризується, демократизується, усі охочі залучені нині до радощів мистецтва, на відміну від того, як колись воно було справою еліти (мистецтво створене для еліти – Ренан, Шерер, Гартман), знижуючи діапазон пропозиції попиту іншого типу; окрім того, демократизація культури не може не впливати на мистецтво і т. ін. Такі аргументи песимістів.

Прагнучи науково пояснити причини зниження оцінки естетичності з боку тих, хто його споглядає, Е. Дейнека зазначає, що у результаті

<sup>82</sup> Лисовец И. Эстетика и актуальное искусство в начале XXI века. *Философия современного искусства: Материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции*. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014.



взаємовпливу та взаємодії концепцій когнітивної психології, еволюційної біології, соціальної антропології, структурної лінгвістики, фізіології вищої нервової діяльності, фізики складних систем і нейропсихіатрії створено потужний методологічний інструментарій для формування нової самостійної естетики, не прив'язаної до старої філософської категорії прекрасного. «Саме звідси, мабуть, відбувається поширене нині відчуття «кінця мистецтва» і «смерті естетики» як філософської дисципліни, а не безпосередньо з загального постмодерністського світовідчуття, внаслідок потрясінь світової спільноти від глобальних соціальних і техногенних катастроф ХХ ст., що стали, своєю чергою, багато в чому закономірним підсумком бурхливого науково-технічного прогресу»<sup>83</sup>.

Як відомо, спроби зрозуміти природу естетичного задоволення здійснювалися ще в епоху античності. Тоді вважалося, що воно виникає в результаті контакту з божественним світом, а творчі люди мали репутацію улюбленців муз, дочок Зевса і Мнемосіни, що живуть на горі Парнас. В епоху Нового часу, коли людина за допомогою науки почала вивчати природу, погляд на мистецтво став більш реалістичним. Але через обмеженість знань про світ дослідники продовжували пошуки законів краси в зовнішньому світі: вивчалися пропорції, колористика, перспектива і фактурність. До появи модерністських рухів також існувала думка, що мистецтво виникає на межі краси та істини, а насолода від споглядання шедевра виникає через відчуття причетності до вищих сфер<sup>84</sup>. І тільки в ХХ ст. учені вирішили звернути увагу на людську свідомість. Британський нейробіолог Семір Зекі<sup>85</sup> висунув гіпотезу, що справжньою причиною формування естетичної свідомості є мінливість мозку. З цього випливало, що за допомогою приладів можна вивчити стан нервових закінчень під час візуального контакту з предметом мистецтва і описати реакції. Під час досліджень учений встановив, що мозок може фокусувати увагу на важливих параметрах фізичних об'єктів навіть при зміні позиції в просторі, що дозволяє дізнаватися

<sup>83</sup> Дейнека Э. «Науки об искусстве» на рубеже XXI века: эпистемологическая головоломка. *Философия современного искусства*: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции (Москва, 13-15.11.2014). М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014.

<sup>84</sup> Вплив сучасного мистецтва на нашу свідомість. *Kyiv Gallery*. 31.05.2020. URL: <https://kyiv.gallery/statii/vplyv-suchasnogo-mystetstva-na-nashu-vidomist>

<sup>85</sup> Zeki S. Artistic Creativity and the Brain. *Science, New Series*. 2001, Jul 06. Vol. 293. No. 5527. Pp. 51-52. URL: <https://pg2009.files.wordpress.com/2009/08/artistic-creativity-and-the-brain.pdf>

про об'єкти за специфічними рисами. С. Зекі назвав це законом сталості. Друга закономірність описує алгоритм обробки візуальних сигналів. Ми сприймаємо великий потік візуальних даних: образи, кольори, форми і символи. Ресурсів для їх аналізу не вистачає, тому увага зосереджується на найважливішому. Ця особливість функціонування центральної нервової системи була названа законом абстракції.

У наші дні нейроестетика близько підходить до цього питання, але аналізує переважно досвід мистецтва. Прикладом тому є так звані закони В. Рамачандрана, одного з головних представників сучасної нейроестетики<sup>86</sup>: (1) *максимальне зміщення*. Для демонстрації форми художники подають її таким чином, щоб вона була впізнавана. Зображення з характерними рисами передають фундаментальні риси реальних об'єктів; (2) *ізоляція* – фокусування уваги на істотних рисах знижує напругу. Коли певний контур або деталь демонструються з чітким візуальним акцентом, ми отримуємо приємні відчуття; (3) *групування*. Виживати в природі древнім людям допомагала здатність виявляти хижаків на тлі природного ландшафту. Архітектура сучасних міст не схожа на джунглі, але на інстинктивному рівні розпізнавання складних об'єктів приносить нам задоволення. Цей принцип пояснює привабливість абстрактного мистецтва; (4) *контраст* – межі об'єктів, розфарбованих у різні тони однієї кольорової гами, важко диференціювати. Навпаки, контрасти спрощують завдання і приносять спостерігачеві задоволення; (5) *оцінка проблеми сприйняття*. Якщо об'єкт був помітний відразу ж, то мозок сприймає ситуацію як пересічну. Задоволення приносить вирішення когнітивної проблеми; (6) *відраза до спільної точки зору*. Об'єкти на полотні мають бути доступні для огляду і не накладатися один на одного. У разі порушення принципу виникає дисонанс; (7) *метафора* – ідеться про візуальні аналогії між об'єктами. Ми отримуємо задоволення від спостереження неявної подібності різних форм; (8) *симетрія* – візуальна відповідність різних фрагментів об'єкта підсвідомо асоціюється з порядком. Симетричні форми не викликають внутрішнього відторгнення. Таким чином, завдяки законам і принципам нейроестетики сучасне мистецтво нарешті отримує інструмент наукового обґрунтування. Крім того, це дозволяє підійти до вирішення різних проблем класичної естетики, яка намагалася знайти красу за межами нашої свідомості.

<sup>86</sup> Рамачандран В. С. Рождение разума. Загадки нашего сознания. М.: Олимп-Бизнес, 2006. С. 50-72.

Водночас низка філософів (і не тільки) вважає<sup>87</sup>, що спроби виявити нейронну природу краси приведуть до того, що ця краса зникне. Швидше за все, зазначають вони, універсального рецепта краси не існує. А якщо він і є, то, знайшовши його, ми втратимо інтерес до естетики взагалі, тому що цікаво тільки те, що незнайоме і невідоме. Однак такі аргументи зовсім не означають, що вчені мають припинити займатися нейроестетикою. Рівень сучасних знань про мозок хоча і високий, але все ще неймовірно далекий від повного розуміння всіх нейронних процесів. Те ж стосується і нейронауки про красу.

Вважається, що саме події ХХ ст. викликали глобальну переоцінку традиційних цінностей у сфері естетичної свідомості суспільства. Поняття естетичного ідеалу було основоположним під час створення шедеврів класичного мистецтва. Так, ще на початку 1960 рр. минулого століття Т. Адорно констатував симптоми кризи традиційної естетики як філософської науки. «Поняття філософської естетики справляє враження чогось застарілого, так само як і поняття системи або моралі»<sup>88</sup>. Її місце стали займати різного типу теорії художнього ремесла, що в підсумку зводяться до вузькопозитивістського погляду на речі. Загалом у своїй «естетичній теорії» Т. В. Адорно сформулював положення проекту можливої естетики майбутнього, тобто сьогоdnішнього дня. Зокрема, він вказував на когнітивно-диференційний, соціально-історичний і негативно-діалектичний характер естетичного стосовно мистецтва: «Поняття мистецтва пов'язане з історично мінливими поєднаннями низки моментів; воно не піддається чіткому визначенню. Його сутність неможливо вивести з його походження..., наприклад культові зображення, в ході історичного розвитку перетворюються на мистецтво, яким вони не були; те, що належало до сфери мистецтва, перестає бути мистецтвом... Становлення мистецтва співвідносить його поняття з тим, що в мистецтві не міститься... Мистецтво піддається тлумаченню тільки на основі закону його розвитку, а не за допомогою незмінних величин (інваріантів). Воно визначається у ставленні до того, чим воно не є»<sup>89</sup>. ... Такий «модерн», таке сучасне мистецтво має продемонструвати, що воно йде врівень з епохою високорозвиненого індустріалізму, а не просто висвітлювати її як тему художньої творчості<sup>90</sup>.

<sup>87</sup> Ball Ph. Neuroaesthetics is killing your soul. Can brain scans ever tell us why we like art?. *Nature*. 22.03.2013. URL: <https://www.nature.com/news/neuroaesthetics-is-killing-your-soul-1.12640>

<sup>88</sup> Адорно В. Теодор. Эстетическая теория / [пер. с нем. А. В. Дранова]. М.: Республика, 2001. 527 с. (Философия искусства).

<sup>89</sup> Adorno T. W. *Ästhetische Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995.

<sup>90</sup> Там само.

С. В. Єрохін розглядає естетичне в умовах сьогодення як мета-категорію (як найширшу і фундаментальну категорію естетики, яку (естетику) можна трактувати як «науку про закони естетичного і художнього освоєння світу»<sup>91</sup>). А з позицій інформаційного підходу обґрунтовує сутність категорій естетичне і художнє, сформулювавши як гіпотези такі положення: естетичне є суб'єктивною властивістю інформації і визначається її цінністю, яка залежить від цілей і тезауруса реципієнта; жоден об'єкт не має властивості естетичного, але тільки інформація про нього; художнє є форма подання інформації; естетичне і художнє не взаємообумовлені, але тісно пов'язані між собою<sup>92</sup>.

Ретроспектива стосовно самої естетики показує, що вона є філософією естетичного і мистецтва, вона практично рівна за віком філософії, пережила ті ж кризи, які торкнулися гуманітарного знання в некласичній і постнекласичній культурі. З моменту виникнення у XVIII ст. у ролі самостійної філософської науки і дотепер найважливішою проблемою для неї залишається розуміння мистецтва, категоріальні моделі якого залежать і від змін самого мистецтва, і від історичних трансформацій філософської свідомості. Саме тому сучасні гуманітарні науки ставлять під сумнів усі колишні предмети і межі досліджень а, відповідно, усю класичну методологію аналізу. Науки за походженням пов'язані з філософією (на сьогодні і естетика не є винятком), акцентують емпіричний поворот.

У цьому контексті заслуговує на увагу такий феномен як реляційна естетика (*esthétique relationnelle*, естетика взаємодії) – напрям в осмисленні тенденцій розвитку сучасного мистецтва. Попри те, що реляційна естетика виникла в інституційному середовищі художнього кураторства, вона має в своїй основі більш прагматичний, ніж теоретико-методологічний, досвід, її ідеї викликали зацікавлену увагу провідних науковців. Концепт реляційної естетики, створений куратором і критиком Ніколя Бурріо (*Nicolas Bourriaud*) на базі його текстів про виставкові проекти і художників 1990 рр., став об'єктом філософського аналізу в роботах Жака Рансьєр, художньої критики та історії сучасного мистецтва у виступах і дослідженнях Клер Бішоп<sup>93</sup>.

<sup>91</sup> Єрохін С. В. Категории «эстетическое» и «художественное»: информационный подход. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки*. 2009. № 2. С. 66-74. URL: <https://vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/3631>

<sup>92</sup> Там само.

<sup>93</sup> Бішоп К. Антагонизм и эстетика взаимодействия. *Невозможное сообщество*. Москва: Моск. музей соврем. искусства, 2015. Кн. 3: Антология.

Таку «адаптацію» пов'язують з самим поняттям «мистецтво». Бурріо відзначає його специфічне розшарування, пропонуючи два можливих і взаємодоповнюючих тлумачення: (1) трактує мистецтво як «загальне поняття, що характеризує об'єкти, які подає розповідь, іменована «історією мистецтва»<sup>94</sup>. Таке актуальне визначення сфери «класики», «традиції», «спадщини», що утворює в контексті «сучасного естетичного досвіду» відсторонений «семантичний осколок», у сприйнятті якого домінують аспекти репрезентації і наративу; (2) мистецтво розуміють як «діяльність, що створює за допомогою знаків, форм, жестів або об'єктів ставлення до світу». Відносини – основне поняття реляційної естетики, що передбачає множинність можливих індивідуальних взаємодій, різноманітність яких визначає подія мистецтва.

Важливу роль у розвитку естетики як науки і практики відіграють Міжнародні естетичні конгреси (ІСА), що проводяться під егідою Міжнародної естетичної асоціації (ІАА) з 1913 р. з перервами на світові війни і збирають дослідників у цій сфері з усіх регіонів світу, підкреслюючи тим самим інформаційне та координуюче значення для розвитку всіх галузей естетичного знання, а багато в чому також і для художніх практик. Роль конгресів, без перебільшення, може бути визначена як глобальний фактор інтеграції досліджень на естетичному полі<sup>95</sup>, оскільки вони сприяють подоланню просторової, культурної та методологічної ізоляції як негативних факторів розвитку будь-якої науки, і естетики зокрема. Ось, наприклад, тематика деяких попередніх Міжнародних естетичних конгресів: XII конгрес – «Модернізм як естетика» (Іспанія, Мадрид, 1992 р.); XIII конгрес – «Естетика і практика» (Фінляндія, Лахті, 1995 р.); XIV конгрес – «Естетика як філософія» (Словенія, Любляна, 1998 р.); XV конгрес – «Естетика в ХХІ столітті» (Японія, Макухарі (поблизу Токіо), 2001 р.); XVI конгрес – «Зміни в мистецтві і в естетиці» (Бразилія, Ріо-де-Жанейро, 2004 р.); XVII конгрес – «Естетика, що наводить мости між культурами» (Туреччина, Анкара, 2007 р.); XVIII конгрес – «Відмінності в естетиці» (Китай, Пекін, 2010 р.). Зокрема, на XVIII конгресі – «Відмінності в естетиці» – у центрі уваги перебували фундаментальні проблеми сучасної світової, а не тільки західноєвропейської або східної культури: місце і роль куль-

С. 148-170; Бишоп К. Искусственный ад: партиципаторное искусство и политика зрительства. Москва: V-A-C press, 2018. 528 с.

<sup>94</sup> Бурріо Н. Реляционная эстетика / Постпродукция. Москва: Ад маргинем пресс, 2016. 216 с.

<sup>95</sup> Berleant A. The Aesthetic Field: A Phenomenology of Aesthetic Experience. Springfield, Ill.: Charles C. Thomas, 1970.

тури в житті сучасного суспільства; місце і роль естетики в сучасній культурі і в житті суспільства; естетика і її значення для розвитку конкретних видів і жанрів літератури і мистецтва; роль естетики в освіті та вихованні народу, особливо молоді; естетика як філософія творчості; взаємовідносини естетики з філософією, релігією, політикою, наукою, правом, мораллю; естетика і екологія; естетичні категорії та їх значення для розвитку літератури і мистецтва; роль естетики в естетизації повсякденного життя; особливості естетики Греції, Індії, Китаю, Кореї, Японії, Росії, Європи і т.ін. XX Міжнародний естетичний конгрес був організований ІАА в Сеулі (Республіка Корея) 24-26 липня 2016 р. і проходив під загальним тематичним гаслом «Естетика і масова культура».

У контексті соціально-економічних проблем заслуговує на увагу специфіка естетики вже згаданого нами так званого «суспільства споживання» (сам термін у науковий обіг увів соціолог і філософ Е. Фромм): мистецтво стає предметом споживання або обслуговує сферу споживання, естетичне змінюється прагматичним, зокрема відносинами купівлі-продажу товару. Коли споживання матеріальних благ і відповідні ціннісні установки домінують у суспільстві, у сфері естетики це не може не позначитися. Таким чином, з одного боку, це естетика обслуговує найбільш зацікавлені сфери суспільства споживання. З другого – мистецтво перетворюється в об'єкт споживання, що має матеріально-грошовий еквівалент і цілком підпадає під загальні закономірності такого соціального і економічного устрою. Видатний французький філософ, культуролог і соціолог Ж. Бодрійяр використовує замість поняття демонстративного споживання інше – «символічне споживання». Значна кількість його робіт присвячена вивченню особливостей споживання сучасного суспільства, зокрема «Суспільство споживання» (1970 р.), «До критики політичної економії знака» (1972 р.), «Символічний обмін і смерть» (1976 р.) тощо. Ж. Бодрійяр аналізує суспільство як систему, у якій усі суспільні відносини визначаються циркуляцією товарів і твердженням, що все, що зроблено, має бути спожито. Суспільство споживання – це «обмін, що набув загального поширення». Науковець доходить висновку, що споживання далеке від того, щоб бути простою матеріальною практикою, «становить собою діяльність систематичної маніпуляції знаками», що означає: щоб стати об'єктом споживання речі необхідно стати знаком ринку<sup>96</sup>. Цим і пояснюється те, що споживання не знає меж: перебуваючи по той бік

---

<sup>96</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.

потреб, воно прагне до дедалі більшої кількості знаків. «Саме тому, що споживання, зрештою, ґрунтується на дефіциті, воно непереборне»<sup>97</sup>.

Дослідження показують, що й сьогодні існує багато прибічників думки стосовно того, що подібні теорії позбавляють мистецтво його глибокого значення, його серйозного характеру, його відповідальності і головної місії, відриваючи його від духовних витоків, а в результаті – вони розвинули безвідповідальність з одного боку, а з другого – розширили до безмежності сферу художньої продукції, включивши в зображення світу усі його образи без винятку. Мистецтво, на їхню думку, опинилось у безпосередній залежності від рівня особистості його індивідуального творця, його морального, інтелектуального обличчя; мистецтво відійшло як від канонів, так і від початкової місії. У такому випадку подальший розвиток мистецтва неможливий без зміни середовища, без вирішення деяких основних проблем, без суттєвої перебудови в тих сферах, у яких перебуває його життєвий досвід, бо доля мистецтва залежить від структури всієї культури епохи, як функція кожного органу в живому організмі пов'язана з функціями інших.

З еволюції мистецтва знаємо, що в давніх епохах і середніх століттях окремі, часто безіменні таланти складали колектив натхнення і знання, спрямований до одного центру думки і натхненної мудрої творчості за високого рівня індивідуальної майстерності на базі послідовності і традиції. Починаючи з епохи Відродження, цьому принципу був протиставлений процес відцентровий. Художні сили, якими була насичена епоха, розпорозувалися від центру до периферії за різними напрямками. У сучасну епоху радикально змінюється сам характер типових ситуацій вибору – якщо раніше зазвичай передбачалися в загальних рисах доступні і зрозумілі нечисленні стандартні варіанти можливих дій з більш-менш передбачуваними наслідками, як правило, відомими пересічній людині, то сьогодні починають переважати ситуації невизначені. «Найважливіше, що це – не стільки «привілей» або «завоювання демократії», скільки жорстка реальність нашого сучасного, модерного (або навіть постмодерного) суспільства. Ця реальність полягає в тому, що культури перемішуються, соціокультурні традиції, на які в сталих традиційних суспільствах люди могли спиратися, більше не забезпечують «нормальності» навіть елементарної соціальної поведінки»<sup>98</sup>, так що кожному доводиться обирати своє творче рішення та здійснювати свій екзистенційний вибір за відсутності очевидних варіантів.

<sup>97</sup> Там само.

<sup>98</sup> Папуш М. Психотехника екзистенціального вибору. М.: Институт общегуманитарных исследований, 2001. 544 с.



Пропонується навіть застосовувати кількісну міру оцінки естетичності, гармонізованої за палітрою зображення<sup>99</sup>.

Сьогодні все частіше можна чути про кризу культури. Говорячи саме про таке розуміння стану культури, дослідники, як правило, характеризують культуру країн євроатлантичної цивілізації, тобто регіону, що є сьогодні найбільш економічно розвиненим. Проявом такої кризи часто називається постмодернізм. Загалом, будучи солідарним з цією позицією, А. М. Тарасов вважає, що сучасний стан культури слід характеризувати ширше – як соціокультурна трансформація, як процес якісних, радикальних змін, який призводить до зміни культурних епох. Подібні періоди європейська культура вже переживала (перехід від античної до середньовічної культури – це пізній еллінізм; при переході від середньовічної до культури Нового часу – ці процеси в мистецькій сфері чітко висловив маньєризм; від культури Нового часу до сучасної – авангард, і сьогодні культура країн євроатлантичної цивілізації переживає черговий якісний перехід, яскравим відображенням якого є постмодерн). У своїй роботі «Криза мистецтва» М. Бердяєв вживає поняття «соціокультурна трансформація», що становить собою приклад «особливих криз» у системі культури. Зокрема, М. Бердяєв обґрунтовує ідею принципової ролі мистецтва в процесі соціокультурної трансформації. Очевидно, що, на думку автора, соціокультурна трансформація – це процес безпосередніх змін, процес переходу системи в нову якість, тоді як криза культури – довший за часом період, що характеризує зміну культурної парадигми від перших її проявів до повного переходу в нову якість всієї культурної системи. Обґрунтовує твердження про те, що соціокультурна трансформація становить собою частину цілого, яким є криза культури і розрізняє ці позиції масштабністю змін. Якщо криза культури характеризує зміни структурного характеру, зміни частини, то соціокультурна трансформація характеризує зміни системного характеру, зміни цілого<sup>100</sup>.

Цікавими є судження В. Миронова, який також констатує, що сучасне життя характеризується серйозними трансформаціями, які пронизують всю культуру і, можливо, найбільше естетику і саме поняття естетичної

<sup>99</sup> Свиначук Д. Чем измерить эстетичность. Энтропия и вариативность гармонизированного изображения. *Image Processing через Apple Metal Framework*. 26.02.2016. URL: <https://imagemetalling.wordpress.com/2016/02/26/entropy-variability/>

<sup>100</sup> Тарасов А. Н. Н. А. Бердяев о роли искусства в отражении процесса социокультурной трансформации. *Современные проблемы науки и образования*. 2011. № 6. URL: [www.science-education.ru/100-5171](http://www.science-education.ru/100-5171)



діяльності, а це, своєю чергою, розмиває критерії наших естетичних оцінок творів, зокрема і сучасного мистецтва. «Фактично відбувається звуження самого поняття естетичного, з якого зникає «прекрасне» як метафізична категорія, яка відображає певний онтологічний рівень взаємовідносин Людини і Буття, Людини і Світу. Зрозуміло, що єдності в цьому розумінні в філософії не було ніколи, але ця категорія завжди відбивала суть прагнення до прекрасного як до якоїсь естетичної мети. Спочатку поняття прекрасного, звичайно вже після античності, було обмежено сферою мистецтва. І це автоматично надавало право саме тим, хто мистецтвом займається, виступати від імені прекрасного як такого. Звісно ж, абсолютизація таких уявлень деформує саме поняття прекрасного і предмета естетики. З одного боку, категорія прекрасного значно ширша сфери мистецтва, а з другого – аж ніяк не будь-яка діяльність у сфері мистецтва спрямована на досягнення прекрасного і не всі результати та акти такої діяльності видаються прекрасними. У результаті мистецтво все далі йде від його трактування як естетичної насолоди прекрасним, а головне – від прагнення творити прекрасне і перетворюється просто в особливий тип діяльності з виробництва об'єктів, які найчастіше самим автором відносяться до твору мистецтва. Зрозуміло, що в цій ситуації сенс творів мистецтва пригнічується самим актом дії, що імітує дію зі створення творів мистецтва. Це проявляється, зокрема, у сучасному мистецтві величезною кількістю актів такого роду у вигляді різноманітних перформансів, інсталяцій тощо»<sup>101</sup>.

Взаємозв'язок з цією точкою зору знаходимо у дослідників, які прагнуть обґрунтувати існування трьох етапів розвитку художньої культури (класична, модерністська, постмодерністська) відповідно до трьох парадигм естетики: класична, некласична, постнеокласична<sup>102</sup>. У першому (найбільш тривалому) періоді ще не існувало поняття автономного твору мистецтва, призначеного для естетичного споглядання. Мистецтво функціонувало в середовищі життєдіяльності людини і розділяло всі цінності цього середовища з іншими видами життєдіяльності. Другий період, що розпочався з часу Пізнього Ренесан-

<sup>101</sup> Миронов В. О некоторых особенностях эстетической деятельности: современное искусство как форма имитации? *Философия современного искусства*: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014. 404 с.

<sup>102</sup> Бычков В. В. Эстетическая аура бытия. Современная эстетика как наука и философия искусства. М., 2010.

су в Європі, можна позначити як час автономної творчої креативності та естетичної свідомості. У цей час були створені зразки класичних художніх творів і естетичних трактатів про мистецтво. Сьогодні настав третій період, що й називається деякими дослідниками епохою кризи естетики через те, що мистецтво стало виходити за межі відведеної для нього автономності; кордони між художньою і нехудожньою сферою порушилися, а в самому артсвіті традиційний поділ видів мистецтва на просторові і тимчасові виявляється неспроможним<sup>103</sup>.

Розкриваючи це питання, важливо звернути увагу на особливості ролі художника в зазначених вище процесах. «Нова гра», зазначає відомий французький художник і галерист Поль Соллер (P. Sollers), форма усвідомленого незлиття сучасного художника з іншим та іншими, коли «іншість» виступає одночасно в ролі зовнішньо-внутрішньої межі його існування, а життя розглядається лише як можливий простір його художнього самоствердження. У «новій грі» творча самотність художника стає способом і засобом подолання закономірної спустошеності сучасного культурного ландшафту, способом відходу від власної «пустотності» в бік культивування непередбачуваної спонтанності. Людині, яка вперше займається художніми практиками, не потрібні партнери по грі, не потрібні звернення до минулого і встановлені раніше канони: вона як ніколи самодостатня і самотня»<sup>104</sup>. За таких умов «... свобода у встановленні правил і меж гри в художніх просторах постмодерну обертається свавіллям індивідуальності і порушенням параметрів художньої комунікації. Граючи з світом, демонтуючи, деконструюючи, кардинально рекомбінуючи його, сучасний художник грає, по суті, з самим собою: він не в змозі надати реальності ніякої іншої особи, крім своєї власної.... Чим ближче сучасний художник підходить до кордонів «Іншого», тим виразніше він бачить неможливість і непотрібність його осягнення і образного втілення: прагнучи пояснити і відтворити світ іншої людини, насправді сучасний художник спроможний відтворити тільки нескінченні відображення його «масок».... світ людини в «новій грі», насамперед це світ, виражений у фантазіях, фантазмах,

<sup>103</sup> Прозерский В. Расширение методологического аппарата эстетики: парадигма видовой своеобразия искусств с позиции телесных практик. *Философия современного искусства: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции*. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014.

<sup>104</sup> Sollers P. *La metamorphose de l'art contemporain*. Paris, 2013. P. XVI.

симулякр і реплікатах<sup>105</sup>. За допомогою «нової гри» мистецтво епохи постмодерну прагне зняти з себе будь-яку відповідальність за те, що сталося і що відбувається з людиною, постійно підкреслюючи свою «контрдидактичність» і все руйнує сарказм. У цьому контексті слово «реальність» втрачає свій нейтральний сенс і набуває нового метафізичного статусу, який дозволяє вирішувати проблему свободи, навіть заперечуючи будь-які перспективи людського існування, і за кардинального перегляду змісту поняття «розумна природа людини».

Практика показує, що здебільшого художники пропонують нам не професійні і навіть не художні образи, а передусім суб'єктивні парадигми сприйняття життя, що вважається вкрай актуальним у сучасному суспільстві, оскільки затребуване ринком. Ще в 30-х роках ХХ ст. американський соціолог Льюїс Мамфорд висунув таку формулу призначення художника в суспільстві: «Коли суспільство здорове – художник посилює його здоров'я, коли суспільство хворе – художник посилює його хворобу»<sup>106</sup>. Отже, художник є своєрідним ретранслятором того суспільного стану, який він спостерігає. Проте останніми десятиліттями спостерігається тенденція такого підходу до мистецтва в класичному його прояві, що дозволяє говорити навіть про можливу втрату культурно-історичного сенсу творчості художника.

До найважливіших досягнень американських теоретиків, які покладені в основу сучасного розуміння мистецтва, Д. Скринник-Мисько, розкриваючи роль аналітичної естетики, пропонує врахувати низку ідей, зокрема такі твердження<sup>107</sup>: судження та категорії естетичної науки не співвідносяться з жодними зовнішніми об'єктами та їхніми властивостями; немає сенсу намагатися визначити, які об'єкти є художніми, виходячи з їхніх зовнішніх ознак, що сприймаються чуттєво; естетичні характеристики художнього твору не є ані обов'язковими, ані визначальними характеристиками твору мистецтва; відсутність естетичних і художніх явищ у реальності означає, що ані естетичні оцінки, ані художньо-критичні судження не можуть бути «підтверджені

<sup>105</sup> Пономарева Г. «Новая игра» современного искусства: вызовы воображения. *Философия современного искусства: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции*. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014.

<sup>106</sup> Mumford L. *The Transformations of Man*. N. Y.: Harper and Row, 1956.

<sup>107</sup> Скринник-Мисько Д. Аналітична естетика як світоглядне підґрунтя сучасного мистецтва. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2016. Вип. 28. С. 90-91.

об'єктивними фактами», відповідно, відгуки критиків є судженням про судження; немає не тільки самостійно існуючих (поза системами інтерпретацій) естетичних об'єктів і творів мистецтва, але й в окремому творі немає змісту й форми самих по собі; загалом, що таке «зміст» і «форма» як такі, встановити неможливо.

У ХХІ ст. динамічний естетичний досвід художньої творчості не потребує обґрунтування, пояснення та виправдовувань, цей діалектичний процес є сам підґрунтям подальшого утворення численних різноманітних вторинних культурних нашарувань. Очевидно, колізії та суперечності сьогоденного історичного часу, які осмислюються та репрезентуються у процесі художньо-естетичної діяльності, провокують зміни і самої свідомості в естетичному вимірі: «модус свідомості змінився, хоча предметний зміст і його спосіб появи, як і раніше, має модус втіленості. Утім модус віри, або буття суттєво змінився; спосіб, у який усвідомлюється те, що тілесно постало, став іншим». Естетична творча діяльність постійно прагне до зняття асиметрії між ідеалом та наявним буттям шляхом гіпостазування цієї асиметрії навіть до химерно-потворних форм<sup>108</sup>. Протиставлення естетичного суб'єкта та об'єкта, що навіть переходить у протиріччя та взаємне заперечення, знімається, якщо застосовувати процедури пояснення та категоріальний апарат феноменології естетики.

Як сучасний приклад, О. Ліщинська зазначає, що віддзеркаленням естетичних ідей і тенденцій, необароковості постмодерної доби з її множинно-цілісним культурним синтезом є Венеційська бієнале. Виставка становить собою грандіозне видовище, поєднує презентацію, перформативний показ художніх робіт і динамічну комунікацію митців, критиків, глядачів, творів тощо. Естетична функція бієнале виразно доповнюється соціальною, громадянською, інформаційною роллю творів, а також митців, кураторів, делегацій країн-учасниць. Венеційська бієнале – одне з найбільших, найпрестижніших зібрань сучасного світового візуального арту. Вагомість виставки посилюється присутністю п'яти тисяч фахових акредитованих осіб. Вони дають оцінку творам, визначають переможців, формують тон сприйняття національних павільйонів та окремих проєктів. Успішність творів визначається також враженням глядачів, медійним висвітленням, рівнем новизни/новаторства, свободотворення. Виставка є перформативною,

<sup>108</sup> Аккаш О. Сучасне візуальне українське мистецтво у категоріях теоретичної естетики (феноменологічний аспект). *Сучасне мистецтво*. 2018. Вип. 14. С. 45-52. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/S\\_myst\\_2018\\_14\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_myst_2018_14_6)

адже кожен проєкт, вступаючи у взаємодію з часопростором/глядачем/критиками, починає жити своїм життям. У цьому вбачається тенденція необарокової театральності, принципової можливості кожного мистецького твору бути розіграним у формі театралізованого дійства<sup>109</sup>. Варто зазначити, що українські проєкти Венеційських бієнале відображають головні естетичні тенденції сучасності: необароковість, перформативність, соціальну заангажованість. Маркерами, що увиразнюють венеційські проєкти українців, є концептуальність (націленість на інтерактивну взаємодію з глядачем, його інтелектуальне, духовне, емоційне включення), процесуальність (нестатичність, динамізм), використання нових технологій, контекстуальність (зв'язок з публікою, місцем, середовищем, часом) і соціально-політична значущість (звернення до болючих актуальних проблемах соціокультурного життя українського суспільства)<sup>110</sup>.

На думку відомого європейського куратора, теоретика та критика сучасного мистецтва Акілле Боніто Оліва, «саме поп-арт і став результатом того, що прийнято називати глобалізацією в мистецтві... У цьому сенсі мистецтво Америки, від «живопису дії» і через поп-арт до мінімалізму, продовжує дюшанівську лінію в мистецтві, яка звільняється тут від своєї ідеологічної складової та стає лабораторним експериментуванням з матеріалами задля створення об'єктивно нової художньої мови»<sup>111</sup>. У цьому контексті виходить, що художні практики новітнього часу підривають традиційні уявлення про можливості та призначення мистецтва, змушуючи відкритися нез'ясованим зонам людської свідомості особливим способом, відмовляючись від знайомої художньої мови і пропонуючи нові прийоми формування культурного середовища, людської емоційності і т.ін. Їхня інтерпретація наразі перевершує понятійний апарат традиційного мистецтвознавства, виявляє себе здебільшого в метафорах і образах художньої критики. Те, з чим стикається сьогодні звичайна людина, якій важко радикально «перелаштовувати зір», всякий раз звертаючись до незрозумілого,

<sup>109</sup> Ліщинська О. Естетичні тенденції та ідеї сучасного візуального мистецтва (на прикладі українських проєктів Венеційської бієнале). *Вісник Львівського університету. Серія: філософсько-політологічні студії*. 2019. Вип. 25. С. 29-34.

<sup>110</sup> Там само.

<sup>111</sup> Боніто О. А. Искусство на исходе второго тысячелетия. М.: Художественный журнал, 2003. 215 с.

до того, що спростовує будь-який досвід, до схожого на профанацію, вимагає уважного осмислення<sup>112</sup>.

Усе викладене вище дозволяє констатувати, що в сучасний період потрібно мислити самостійно: на основі отриманої освіти, інтелектуального кругозору, дивитися і знаходити те, що апелює внутрішньому почуттю гармонії, кольору, поглядам на світ. «Треба вміти, не озираючись ні на кого, оцінювати сучасне мистецтво, відкрито говорити – «подобається/не подобається», не звертаючи уваги на потоки інформаційного шуму. Саме тоді з усього неоднорідного, експериментального, строкатого розмаїття сучасного мистецтва можна знайти те, що дійсно близьке. Якщо навчитися розбиратися, вдивлятися, знаходити авторитетні, незалежні думки експертів, ніякі заангажовані арткритики, маркетингові акції і PR-прийоми не зачеплять»<sup>113</sup>.

Сучасне суспільство все більше характеризують втратою непогнаних стандартів добра, істини і прекрасного. Безліч цінностей та ідеалів минулого, породжених різними ідеологіями, виявилися обмеженими, деструктивними, неспроможними, нездійсненними. Цінності, здатні не роз'єднувати, але об'єднувати і по-справжньому піднімати людство, перебувають у стадії формування і осмислення, вимагаючи тлумачення минулого і сьогодення на більш високому рівні розуміння, без поділу на абсолютне добро і зло, без тотального відмови, вихвалювання і очорнення різних шляхів розвитку. Як показують міжнародні кроскультурні дослідження цінностей, устремління до них, а також їх практичне здійснення є різним у різних культурах. А це, як відомо, залежить не тільки від культурних прагнень чи устремлінь людей, а й від присутності шансів і можливостей втілення універсальних цінностей у життя. Крім того, буває, що самі назви цих цінностей, які тотожні за своїм сенсом, розрізняються в різних культурах і суспільствах, і це додає певних труднощів під час їх тлумачення<sup>114</sup>.

<sup>112</sup> Ліщинська О. Естетичні тенденції та ідеї сучасного візуального мистецтва (на прикладі українських проектів Венеційської бієнале). *Вісник Львівського університету. Серія: філософсько-політологічні студії*. 2019. Вип. 25. С. 29-34.

<sup>113</sup> Творческие прорывы и профанации современного искусства. *Некомпетентность.net*. 2020. URL: <https://nekompetentnosti.net/analitika/sovremennoe-iskusstvo-proryiv-tvorchestva-ili-fikcziya>

<sup>114</sup> Ручка А. О., Танчер В. В. Багатокультурність: чинники, проблеми, нові перспективи суспільного розвитку. *Український соціологічний журнал*. 2017. № 1-2. С. 9-16.

Слід звернути увагу, що Р. Інглехард і К. Велцел відзначають, що природа цінностей обумовлена не стільки економічними чинниками, скільки соціокультурними, серед яких головну роль відіграють конфесія, філософія, ідеологія, політична система. Дослідники називають ці чинники «культурним фоном», який визначає рівень традиційності цінностей. Зокрема, на основі Всесвітнього моніторингу цінностей (World Values Survey, WVS 2016) цими дослідниками сформульована теза про те, що культурні зміни суспільств, їхні ціннісні орієнтації можуть бути зворотними. «Тривалі і глибокі економічні негаразди можуть розвернути процес назад». Зміна цінностей — найважливіший показник культурної модернізації суспільства, що фіксує різну соціалізацію вікових груп у різні «часи». У кожного покоління є «колективна пам'ять», що зберігається його представниками все життя. У суспільствах, «де відчуття захищеності посилилося, спостерігатимуться значні відмінності в цінностях старшого і молодшого поколінь». Передача культурних традицій суспільства супроводжується вибірковістю молоді щодо нових цінностей. «У період формування особи люди не завжди «вбирають» усі ті цінності, що суспільство їм пропонує. З найбільшою вірогідністю вони візьмуть на озброєння ті цінності, які відповідають їх безпосередньому досвіду в період становлення особи, і відмовляться від тих, які йому не відповідають»<sup>115</sup>.

Україна за всі роки незалежності як держави в результаті поєднання гіпертрофованої ринкової трансформації та прагнення адаптуватися до глобалізаційних процесів у реальності інтегрувалася до світової економіки в якості сировинного придатка, постачальника робочої сили та інтелектуального ресурсу, що так і досі не дозволило вирішити стратегічні завдання створення розвиненого і збалансованого внутрішнього ринку, внутрішнього попиту і пропозиції. Внаслідок цього внутрішній попит був штучно звуженим за рахунок нерозвиненості підприємств, що працюють на внутрішній ринок, і низьких доходів працюючого населення та штучно викривленим за рахунок непомірно високої частки «демонстративного» попиту невеликої частки багатих людей. Економічне зростання в такому випадку призводило до посилення структурних диспропорцій шляхом підвищення частки сировинних виробництв, орієнтованих на експорт. Саме по собі таке економічне зро-

<sup>115</sup> Inglehart R., Welzel Ch. *Modernization, cultural change, and democracy*. New York: Cambridge University Press, 2005. URL: [https://www.researchgate.net/publication/230557603\\_Modernization\\_Cultural\\_Change\\_and\\_Democracy\\_The\\_Human\\_Development\\_Sequence](https://www.researchgate.net/publication/230557603_Modernization_Cultural_Change_and_Democracy_The_Human_Development_Sequence)

стання закономірно створює основи для глибоких криз, які стають неминучими, що і підтверджено реальними подіями в Україні<sup>116</sup>. На жаль, така ситуація в Україні зберігається та поглиблюється і на сьогодні, спричиняючи високу частку малозабезпечених людей і відсутність середнього класу. За таких умов культура стає одним з основних імперативів переходу до інноваційного соціально-орієнтованого типу розвитку держави в умовах глобалізації. Залучення людини за допомогою інноваційних технологій до світового мистецтва та культурної спадщини, включеність у єдиний культурний простір здатне наповнити глибоким внутрішнім сенсом і доцільністю процесів виробництва і передачі нових знань. Мистецтво не лише формує духовно-етичну та естетичну орієнтацію розвитку людини та суспільства, але й соціальну відповідальність як драйвера нових знань й інструмент майбутніх прогресивних змін.

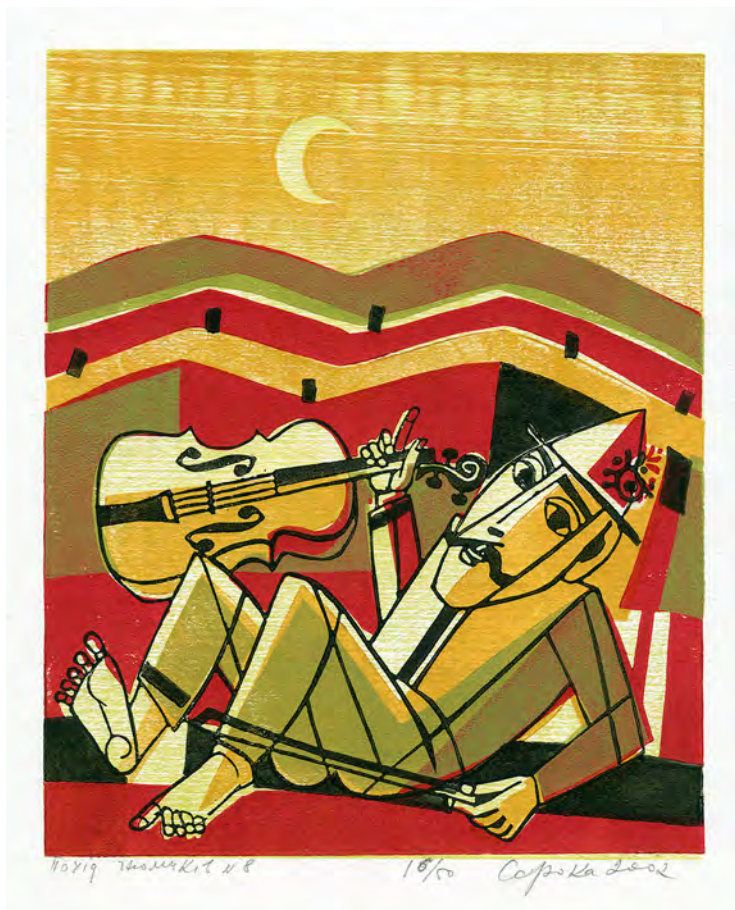
---

<sup>116</sup> Гриценко А. Реконструктивний розвиток: подолання конфлікту рівності та нерівності. *Український соціологічний журнал*. 2017. № 1-2. С. 27.



---

**Розділ 2.**  
**Статус сучасного художника**





## 2.1. Персоналізація позиції художника

Мистецтво як форма художнього осмислення дійсності відображає навколишній світ. Художники, будучи наділені чутливою натурою, тонко помічають зміни, що відбуваються в суспільстві, передбачають майбутнє, оцінюють технологічні прориви і разом з ними – розуміння життя та відображають свій досвід у предметах мистецтва. Водночас в умовах цивілізаційних змін і відповідної переоцінки традиційної системи цінностей художник/митець виступає не тільки у ролі творця, майстра, а й активного учасника соціокультурних процесів.

Тому актуальним стає аналіз процесу формування особистості художника з позицій характеру сьогоденних динамічних процесів соціально-економічного розвитку, коли фундаментальними факторами культурної динаміки все менше стають ідеї чи бажання людей, а об'єктивна, не завжди зрозуміла людьми необхідність адаптації суспільства і культури до умов, що змінюються.

Питання полягає передусім у тому, як змінюється творча діяльність в умовах карколомних трансформацій під впливом системи викликів, обумовлених низкою різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів, які стають усе менш контрольованими. Пріоритет економічних, матеріальних цінностей суттєво впливає на духовне життя суспільства, насамперед це торкається людей, які генерують цінності свідомості. Тому виникає необхідність визначити особливості місця і ролі творчої особистості в суспільному розвитку, зокрема – визначення поняття «художник», яке включало б все розмаїття сьогоденних подій, обумовлених як посиленням ринкових відносин у сфері мистецтва, так і загостренням подій цивілізаційного розвитку та виникненням цілої системи загроз.

Роль мистецтва і художника в суспільстві досліджували як філософи (Платон, І. Кант, Ф. Шиллер, Г. Гегель, Ф. Шеллінг, Т. Адорно, Ж. Марітен, Ж.-П. Сартр), так і самі художники (П. Валері, К. Малевич, Е. Неізнаний, В. Кандинський) та ін. Як до відправної точки дослідження звернемося до праць французького соціолога Н. Еніш, яка у своїй праці «Бути художником» пише: «Визначити межі цієї категорії, що стала розмитою завдяки прийнятому плюралізму, виявляється як важким, так і необхідним завданням: по-перше, з точки зору матеріальної, оскільки всілякі види матеріальної підтримки, що виділяються художникам, не можуть без кінця розширюватися, без урахування якості творів тих, хто цією підтримкою користується; по-друге, з моральної точки зору, оскільки престиж будь-якого статусу

лише тоді має сенс, коли він не приписується будь-кому і кожному»<sup>117</sup>. За даними, наведеними Н. Еніш, відповідно до номенклатури професій і соціо професіональних категорій, встановленої Інститутом статистики і економічних досліджень (INSEE) Франції, «пластичні художники» (категорія 35-31) віднесені до групи «кадри, вищі інтелектуальні професії», тоді як в попередньому виданні вони були зараховані до групи «різні» разом з військовослужбовцями та священнослужителями. Зокрема, надається таке визначення: «Художник – це той, хто створює у сфері графічних або пластичних мистецтв оригінальні твори, здатні в результаті їх споглядання викликати естетичне задоволення і визнані як носії власної завершеності»<sup>118</sup>. Виходячи з цього визначення, творчість художника має естетично впливати на глядача, нести естетичну цінність. У традиційній естетиці вищою межею в ієрархії цінностей є наближення до естетичного ідеалу – ідеалу досконалості, образу, художньої форми, втіленої в мистецтві<sup>119</sup>. Критерій визначення поняття художника зводиться до самовизначення, і саме він був прийнятий ЮНЕСКО в 1980 р. у рекомендації, що стосується статусу художника, яка пропонує вважати художником «будь-кого, хто розглядає свою художню діяльність як основну частину свого існування, хто робить таким чином внесок у розвиток мистецтва і культури і хто визнаний або претендує на те, щоб бути визнаним художником, незалежно від будь-яких відносин зайнятості або професійних асоціацій»<sup>120</sup>. На жаль, там нема характеристики виду діяльності художника, що відображає насамперед особливості її творчого характеру (творчої праці).

Якщо звернутися до витоків філософського пояснення духовності як найбільш дискутованого в сучасному світі поняття, то найбільш гостро тему творчості поставив Н. Бердяєв і трактував її як спосіб створення нового духовного і матеріального світу, як засіб якісного перетворення людини і суспільства та його відносин з матеріальною природою. Саме в цьому він вбачав «релігійний сенс» творчості, що є актуальним і сьогодні. «Питання про релігійний сенс творчості досі ще ніколи не було поставлено, таке питання не виникало навіть у

<sup>117</sup> Heinrich N. Être artiste. Les transformations du statut des peintres et des sculpteurs. Paris: Klincksieck, 1996.

<sup>118</sup> Heinrich N. Être artiste. Les transformations du statut des peintres et des sculpteurs. Paris: Klincksieck, 1996.

<sup>119</sup> Мироненко Е. А. Смысловое содержание творчества художника в современном обществе. *Знание. Понимание. Умение*. 2010. №4. С. 243-247.

<sup>120</sup> Heinrich N. Être artiste. Les transformations du statut des peintres et des sculpteurs. Paris: Klincksieck, 1996.

свідомості. Це – питання нашої епохи, наше питання, питання кінцеве, що випливає з кризи всієї культури. Колишні епохи знали лише питання про виправдання наук і мистецтв або створення нових форм громадськості, але не знали релігійного питання про творчість, про розкриття творчої таємниці про людину в нову світову епоху. Релігійна проблема творчості – проблема про шляхи іншого релігійного досвіду, про створення іншого буття»<sup>121</sup>. Загалом усі філософи, які досліджують тему творчості, сходяться в тому, що творчість – універсальна форма діяльності, що змінює світ і саму людину, оновлюючи її на краще.

Однак в сучасному світі, коли детермінантою змін стає інноваційний імператив, важливим питанням для розуміння творчості як інноваційної форми людської діяльності, що породжує нові продукти (матеріальні, духовні, форми соціальних відносин, соціальної діяльності та соціальної організації), є співвідношення зовнішньої соціально-природної детермінації діяльності людини і свободи, яка дозволяє подолати тиск середовища і змінювати його<sup>122</sup>. З позицій сповідання принципу свободи, «творчість є відкритий, хоча і не завжди усвідомлений, бунт людини, що формується, проти власної безальтернативної вписаності в наявні умови цілком детермінованого механічного існування, проти оточення всіх тих, хто відбувся, застиглим і омертвілим, що перетворилися в декорації безглуздої вистави, учасники якої – ведені маріонетками маріонетки відіграють ролі маріонеток. Творчість є відмова людської істоти від природно-соціального животіння, що заміняє справжнє життя, цілком реалізовує її єство»<sup>123</sup>.

Слід зазначити, що і в наш час необхідна актуалізація не лише особливостей розвитку мистецтва, але й ролі творців (художників і скульпторів, творців візуальних образів) та оцінка їхнього статусу в сучасному суспільстві. Ретроспектива показує, що з роками ці питання зазнали змін: змінюється характер роботи художників, юридичний статус, інституціональне оформлення, ієрархічне становище, категорія приналежності, матеріальне становище, спосіб життя, шлях до популярності, критерії якості, уявлення про них інших людей і їхнє

<sup>121</sup> Бердяев Н. Смысл творчества. (Опыт оправдания человека). М.: Изд-во Г. А. Лемана и С. И. Сахарова, 1916.

<sup>122</sup> Поломошнов А. Ф., Поломошнов П. А. Проблема творчества и постмодернистский кризис культуры. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 5. С. 14-20.

<sup>123</sup> Беляев И. А. Творчество как форма становления индивидуальной целостности человека. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2010. № 10. С. 58-61.

уявлення про самих себе. Зокрема, статус охоплює не лише матеріальні умови діяльності художників, але і уявну сторону репрезентацій, яка з нею пов'язана. Вона трансформується поетапно. Тому цілком слушно зосередити окрему увагу на умовах становлення статусу сучасного художника, який багато в чому обумовлений специфікою впливу ринкових відносин на творчу діяльність, наприклад, формування художнього ринку нового типу, започаткованого на вільній купівлі-продажі творчих продуктів (витворів мистецтва), що породжує низку проблем, пов'язаних з роллю і статусом творця в суспільстві.

А ще можна почути таку думку: «Художник – той, хто пише картини? Не завжди так. Створює картини живописець. А ще є фотографи, скульптори, графіки. Але все це жанри образотворчого мистецтва і можуть бути лише окремими інструментами сучасного художника. А може й не бути: є ще інсталяції, реді-мейди, мистецтво дії та багато іншого. Мистецтвом може стати хутряна чашка, зашитий рот або порожня кімната. Писати картини, ліпити або малювати не обов'язково, щоб бути художником. Можна й навіть потрібно власноруч шукати та винаходити нові форми або інструменти»<sup>124</sup>. Стандартна думка про багатьох творчих людей у наші дні. Як продовження, ще й така думка: художник – аутсайдер, а тому ізольований у свій автономний світ. Проте він є необхідним елементом суспільства, його і у такому вигляді наймають на службу. Його підтримують галеристи, меценати, їх імена «роздувають» критики. Художник – виробник специфічних послуг, саме мистецтво – товар. Перехід до суспільства споживання з його суворими капіталістичними законами став хворобливим стресом для усіх. Криза охопила усі сфери життя, у тому числі і мистецтво. Воно починає розвиватися за законами ринку, за правилами шоу-бізнесу, переслідуючи комерційні цілі. Тут потрібні не автори, а «зірки», яких створюють і «розкручують».

---

Бенксі дивно поєднує в собі риси національного героя (Робіна Гуда, Неда Келлі) і американського супермена. І з ним борються також таємно, замазуючи чорною фарбою, а він відповідає дотепними графіті. Є легке пояснення його популярності: виховане на американських коміксах молоде європейське покоління сприймає його як жанр публіцистики, а до тих, хто далі від Європи на схід, він немов підбирає універсальний ключ, говорячи своїми графіті: «Так, я вас розумію, і я не міг нічого уявити, крім сірості пейзажів, що мене оточують». А треба

<sup>124</sup> 8 найвісних питань про сучасне мистецтво. *The village*. 19.11.2019. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/specials-city/290651-hennessy>

враховувати, що ми ніколи не вчилися ораторської майстерності, ніхто. Ми не вчилися критичного мислення. І Бенксі для нас – фігура, що кидає виклик маніпуляції суспільною свідомістю. Бенксі, і тут в Амстердамі і у себе на Темзі, – відродження ідеалів гуманізму. У Бенксі є одна особливість, яка змушує ставитися до нього насторожено, торговець за своєю природою – цинік. Він не тримається за речі, які продає. І Бенксі розгорнув торгівлю небезпечним мефістофілівським світлом. Ніхто з пасажирів, що перебувають у цій площині, ані сучасних, ані художників минулого, не був поставлений перед замовником в настільки складне становище. З іронією ставлячись до масового продукту – цю іронію Бенксі висловив на обличчі Кейт Мосс – він починає друкуватися на футболках і скейтбордах, продається і флакон духів із зображенням щура і в формі конуса. Його створені за трафаретом оригінали тільки віддалено нагадують розкидані по номеру з видовими вікнами малюнки Леннона. Розважливе марнотратство Бенксі стало відоме всьому світу, коли невідомий зумів продати його справжнє ім'я за Біг Бена, що реставрується, і побачить світ графіті Бенксі<sup>125</sup>.

Якщо взяти до уваги визначальну ознаку сучасного мистецтва – розподіл простору судження між громадською думкою і думкою фахівців з питань мистецтва, то неможливо використовувати узагальнене поняття «публіки», не враховуючи фундаментальну умову сучасного мистецтва, що полягає в неоднозначності сприйняття, поглядів, смаків, що не допускає розподіл на еквівалентні категорії, і замість цього декларує ієрархію компетенцій, що не потребує обґрунтування. Саме за таких умов відбувається зміна самої *постаті художника*, основа його професійної і громадської ідентифікації, що відтепер проявляється і сприймається неоднозначно. Так само, як за часів Ренесансу розподілялись біографічні типи: художник-учений, художник-літератор, художник-підприємець, художник-придворний, художник-авантюрист, – так і в ХХ ст. видатні постаті мистецтва були не лише авторами новаторських творів, але й мали незвичайні біографії. Замість одного (чи кількох) соціально визнаних колективних статусів, з'явився плюралізм персоналізованих статусів, що швидко трансформувалися в легендарні постаті, здатні вести за собою своїх послідовників у їх прагненні стати художниками.

<sup>125</sup> Каплан Д. Бэнкси в Амстердаме. *Art Ukraine*. 25.07.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/benksi-v-amsterdame/#.YDp1adQS9ZI>



Персоналізація статусу стала однією з головних характеристик сучасного етапу розвитку мистецтва. У пресі з'явилися біографії і автобіографії художників, видання їх листування, їх фотографії, що зробило художників популярними, з усіх точок зору; їх особи ставали такими ж відомими, а іноді і відомішими, ніж їх твори. Художник усе більш перетворювався з автора творів у того, кому вдається змусити суспільство визнати себе художником. Загальною властивістю різних статусів сучасного художника є їх сингулярність (лат. *Singularis* – єдиний, особливий), пов'язана з персоналізацією і ексцентричністю, кожен з них шукає дивні, парадоксальні шляхи в мистецтві і в способі бути художником. Саме ця сингулярність, на думку Є. Ткач<sup>126</sup>, визначає загальний вигляд художника в уявленні публіки і стає парадигмою, якої дотримуються художники і в наш час.

---

*Анатолій Криволап* – один з найвідоміших художників українського сучасного мистецтва. Його роботи перебувають у найкращих музейних і приватних колекціях. У 2013 році картина Криволапа «Кінь. Вечір» була продана у Лондоні за 186200 дол. США. На запитання **«Що для вас головне або найбільш цінне в житті, мистецтві та творчості?»** відповідає так: «Мистецтво в мене завжди було основною метою в житті. Творчість я бачу як самоаналіз своїх почуттів, відчуттів і можливостей. Воно (*мистецтво*) не було ніколи спрямоване на аудиторію. Це була така лабораторна робота, при якій ти сам є і предметом вивчення, і тим, хто вивчає. Для мене це, напевно, взагалі найцікавіше, що може бути в такому факті як творчість. Наприклад, працюючи довго з експериментами, з кольором і фарбами, я переконався з часом, що відкриваю якісь сполучення кольорові, а вони в мені – нові почуття і відчуття, які досі не знайомі, деś вони були глибоко»<sup>127</sup>.

---

Академік Олександр Федорук про А. Криволапа: «Інший виходить із суті мистецького слова, що має виникнути в результаті дії того, хто здатний на таке слово, а слово якраз реалізоване через мистецьку думку, через дух, який кличе думку до дії. Слово уречевлює мистецьку мову, яка в підсумку є основою авторського стилю. У цих взаєминах думки, слова, мови і формується портрет автора, який у

<sup>126</sup> Ткач Е. Г. Постмодерное общество: место и роль искусства: место и роль искусства: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Москва, 2005. 172 с.

<sup>127</sup> Художник Анатолій Криволап: «Якби політики мали зв'язок з мистецтвом, то була б інша Україна». *Українська правда*. 30.11.2018. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2018/11/30/234358/>





Художник Анатолій Криволап

такому разі заслуговує на те, щоб вважати себе митцем – творцем (нам усім зрозуміло сьогодні, що видатний майстер сучасності Анатолій Криволап і є творцем, який поєднує в одне думку, яку шукає в глибинах кольору, і слово, яке шукає в глибинах фарби, бо «фарба, – як він судить, – це матеріал, який розкривається в тобі настільки, наскільки ти розкриваєшся їм», бо фарба як спокуслива предтеча миті, що має зродити думку, і ця вже перетворює фарбу в колір, спроектовуючи динаміку форми серед безкінеччя того, що здобуде статус обраного простору. Він – Анатолій Криволап і є *інший*, не такий, як усі, бо він творить, і в ньому пломеніє дух, що спонукає до дії, що зроджує інше мистецьке слово – структури, рапсодію чистого, за ним, інтенсивного, насиченого кольору, нефігурацію, контрапункти, висхідну тяглість, що має право на вічність, як сама неторкана індивідом природа. Природа, врешті-решт, любить інших, бо вони є носіями гармонії»<sup>128</sup>.

В ідеалі мистецтво є практично-духовною діяльністю, здійснюючи яку, людина постає у ролі митця-художника, що створює суб'єктивний образ об'єктивного світу, у якому він досягає гармонії з цим світом.

<sup>128</sup> Федорук О. Форма іншого в категорії українського мистецтва ... *Образотворче мистецтво*. 2019. №4. С. 2-10.



**Анатолій Криволап. Полонини Карпат**

Митець у ній відіграє роль творця, а результат творчості є відображенням світогляду суспільства. Саме це намагався пояснити Сезанн, коли говорив, що найважче в картині – «Маленьке відчуття». Це «Маленьке відчуття» є не що інше, як душа. Те, що додається до вкладеної художником праці, є *душа твору*. Якщо картина не ожила, означає, що праця художника пропала марно – витвору мистецтва не вийшло. У справжнього художника усі картини – живі і різні. «Блудний син» Рембрандта наділений іншою душею, ніж «Іудейська наречена» того ж майстра або «Нічний дозор». Разом твори Рембрандта утворюють сім'ю – але ніяк не сукупний продукт<sup>129</sup>.

Як зазначають експерти, видатне мистецтво завжди було концептуальним і часто вкрай сміливим для свого часу. Хоча сьогодні навіть твір з цікавою історією може здатися просто декоративним. Так, експозиція давньоєгипетського мистецтва в Мюнхені починалася з неонові інсталяції Мауріціо Наннуччі у вигляді напису «All art has been contemporary». Поширюється думка, що саме художник сьогодні наділений сакральним правом називати щось мистецтвом. Інші вважають, що це право належить мистецтвознавцю або куратору. Але

<sup>129</sup> Суминова Т. Художник как генератор художественной реальности – информационного мира. *Вестник МГУКИ*. 2013. 5 (55). С. 47-52.

важливіше подивитися на суперечливу роботу і поставити собі питання: що я відчуваю? Чи змінює ця історія щось у мені? Який стан вона в мені викликає? Цей шлях наділяє речі змістом. Я – за зміст. Мені здається, що художниками стають ті, хто просто не може ними не стати. Сучасне мистецтво – це роздуми про сучасний світ. Твори – ілюстрації думок, станів чи історій художників<sup>130</sup>. Важко з цим не погодитись, адже саме в цьому проявляється основна іпостась художника.

Заслугує на увагу той факт, що Міжнародне журі визначило художників, про яких, на їхню думку, незабаром буде говорити увесь світ<sup>131</sup>. Англійський куратор і галерист Курт Бірс в жовтні 2014 року у співпраці з видавництвом Thames & Hudson видав книгу «100 художників майбутнього» («100 Artists of Tomorrow»), де розповідається про найперспективніших майстрів початку XXI ст. Їх вибирало журі, до якого увійшли видатні діячі світу мистецтва: Сесіль Браун, Юко Хасегава і Сьюзан Хадсон. З 4300 художників з усієї земної кулі було відібрано 53 чоловіки і 47 жінок. Видання «100 художників майбутнього» не лише пророкує цікаві часи для живопису, воно також допоможе зорієнтуватися в сучасних тенденціях, напрямках і основних трендах. Під солідною обкладинкою в репродукціях чудової якості представлений живопис реалістичний, абстрактний і концептуальний, а також інсталяції і роботи, виконані в змішаній техніці. Отже, десятка кращих живописних робіт початку XXI ст.:

*Крістіна Алісаускайте* – литовська художниця, чії лаконічні картини фіксують миті життя, моменти печалі і самотності; вона створює тривожні образи порожнечі – поміщає людину на трамплін, на край порожнього простору картини; фігура без особи повисає в небутті; якщо вона зображує стіл, то він залишається ненакритим.

*Овва Юшкевич* – прославилася в Польщі в 2013 р., коли виграла престижний конкурс 41-ої бієнале живопису «Бельська осінь». Її найвідоміші роботи – сюрреалістичні портрети жінок з фантастичними деформованими головами, перетвореними на величезні трутовики, велетенські тулуби комах, букети рослин, ритуальні маски, іноді задрапіровані тканиною. Її живопис звертається до відомих творів раннього нового часу, зокрема, до робіт фламандських майстрів.

<sup>130</sup> 8 найвних питань про сучасне мистецтво. *The village*. 19.11.2019. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/specials-city/290651-hennessy>

<sup>131</sup> Сураль А. Десять восходящих звезд живописи XXI века. *Culture.pl*. 2014. URL: <https://culture.pl/ru/article/desyat-voskhodyaschikh-zvezd-zhivopisi-xxi-veka>

Художниця багато уваги приділяє техніці, аналізу способів створення жіночих портретів у живописі різних століть. Вона досліджує порушення естетичних норм і канонів в образотворчому мистецтві; змішуючи традиційну техніку листа з елементами, на перший погляд, абсолютно їй сторонніми, піднімає питання про межу між красою і потворністю.

*Г. Л. Брірлі* – народився у Великобританії, за роки роботи на міжнародній арені брав участь у безлічі персональних виставок в Європі і в США. Процес створення його скульптурного живопису, за власними словами художника, схожий на те, «як одягаєш ляльку». Густі мазки застигають, утворюючи складки, з яких формується об'єкт, що нагадує портрет, натюрморт або абстракцію. З-під шарів фарби проглядають інші, легко пізнавані матеріали: мереживо, хутро, глазур, дерево і цукор.

*Кінга Новак* – належить до покоління краківських художників-фігуративістів і традиціоналістів. Вона пов'язана з артистичним середовищем Парижа і Лондона – вчилася в Національній вищій школі витончених мистецтв (ENSBA) в Парижі і викладала в лондонському університеті мистецтв (University of the Arts). Сюжети її ранніх картин, виконаних в реалістичній манері, торкалися пам'яті і дитячих спогадів художниці. «(...) я озиралася в минуле і намагалася зрозуміти себе, досліджуючи те, що мене сформувало», – говорила Кінга Новак в інтерв'ю Culture.pl. В останніх роботах вона з пильною увагою вивчає способи зображення світу. «Можна сказати, що мої картини з'явилися з асоціацій, передчуттів та інтуїції; як уві сні, реальність в них створена штучно, я хочу, щоб вона була символічною, достовірною і в той же час ірреальною».

*Карла Бусуттіл* – створює карикатурний портрет суспільства, нерідко зображуючи відомих людей. У роботах «Great British Smile», «Wake up Rod» і «Alles Ist Schwindel» вона написала Маргарет Тетчер такою, якою та залишилася в колективній пам'яті – з характерною зачіскою, широкими плечима і перлинною ниткою. Картини Бусуттіл, представниці British Art Now, перебувають в колекції Чарльза Саатчі.

*Павло Слівінський* – належить до групи художників, які черпають натхнення з багатой уяви, створюють фантастичні світи, населені дивними істотами і наповнені нереальними історіями. Для нього характерна експресивна манера письма на межі абстракції і фігуративного живопису, а також роздуму про живопис як такий. «І навіть якщо ми пізнавали [на картинах] курінь, пасовисько або дерево, вони передусім демонстрували структуру фарби, а якщо зробити наступний крок

– власне процес роботи», – писав про його живопис Якуб Банасяк. Слівінський співпрацює з художником і фотографом Тимеком Боровським, разом вони відкрили галерею «Герострат» (Herostrates), в якій виставляються неіснуючі художники.

*Андре Хемер* – новозеландця цікавлять точки перетину живопису і цифрових технологій. Його абстрактні картини фіксують момент зіткнення цифрової картини і традиційного об'єкта живопису. Він – автор проєктів, реалізованих у міському просторі в Кореї, Новій Зеландії і Австралії, де живе і працює.

*Лукаш Стокло* – натхненний поп-культурою, особливо популярними фільмами і серіалами, створює картини в естетиці нуар. Романтичні, тривожні декадентські сюжети, втілені в порожніх інтер'єрах величних палаців, зимових пейзажах і виконаних меланхолією портретах, в його творчості переплітаються з мотивами гомосексуальних романів і оргій.

*Ендрю Сендор* – випускник престижного інституту Пратта (Pratt Institute) в Нью-Йорку і факультету астрономії в колумбійському університеті (Columbia University) у своїх гіперреалістичних картинах, виконаних олією, він балансує між живописом і фотографією, звертаючись до цифрового формату, оцифрування зображення, використання ефекту мозаїки і тим самим збагачуючи обидва види візуального мистецтва. Уявні інсталяції на вигаданих виставках включають монохромні, зазвичай чорно-білі полотна, а іноді файли у форматі jpg.

*Якуб Юліан Зюлковський* – з п'яти польських художників, чиї імена увійшли до книги, він користується найбільшим міжнародним визнанням. На його рахунку – участь у найважливіших заходах, присвячених сучасному мистецтву, зокрема в LV Венеціанської бієнале. Еклектичний живопис Зюлковського поєднує в собі сюрреалізм і абстракціонізм, кубізм і оп-арт, конструктивізм і східне мистецтво. У своїх картинах він зображує хаотичний на перший погляд мікрокосмос, таємничі світи, що кишать фантастичними рослинами, черв'яками, де іноді з'являються людиноподібні персонажі, наприклад, з двома головами<sup>132</sup>.

Слушною є думка Василя Цаголова (художник, який змінив традиційне уявлення вітчизняного глядача про фігуративний живопис; одна з важливих постатей сучасного українського мистецтва, автор,

<sup>132</sup> Сураль А. Десять восходящих звезд живописи XXI века. *Culture.pl*. 2014. URL: <https://culture.pl/ru/article/desyat-voskhodyaschikh-zvezd-zhivopisi-xxi-veka>



**Василь Цаголов. Робота з проєкту «Художник і модель» (фрагмент)**

чії роботи неодноразово були представлені на світових аукціонах Sotheby's і Philips de Pury) про сучасне мистецтво і професіоналізм художників: він ставить перед собою завдання – бути актуальним і точно передбачати зміни, що відбуватимуться у суспільстві. Його творам характерні кліпова естетика з використанням типажних персонажів, поєднанням планів, що створює ілюзію кіномонтажу, а також дослідження міфології масової культури, гостра соціально-політична направленість з домішкою чорного гумору. Він вважає, «що найголовнішою якістю для художника є професіоналізм у всіх сенсах. ... В Україні, як і всюди, існує різне мистецтво, і те, що далеке від соціально-політичної проблематики. Проте вітчизняний глядач не настільки вимогливий і обізнаний, аби відрізнити соціально-політичне від штучного кон'юнктурного мистецтва. Іноді мистецтво буває і пригніченим, обмеженим у засобах та проявах. Воно необов'язково повинно стати вітальним та експресивним, що для багатьох дійсно символізує його якість. Арт може бути і відвертим скигненням, але якщо це органічно, змістовно, технічно, то, безперечно, гідно уваги.... Чесно кажучи, давно не відвідував виставки, проте із останніх своїх міркувань – мені не вистачає в роботі молодих авторів саме якості. Є ідея, енергетична міць, радикалізм, який, до речі, зараз ніким не заборонений, проте форма і



художня мова – далеко небездоганні. Можна закричати дуже голосно, але це необов'язково буде свідчити про сильні вокальні дані»<sup>133</sup>.

У середовищі наростання глобальних криз і політичних потрясінь традиційним залишається питання: чи може художник залишатися аполітичним у непередбачуваному світі? Якою має бути політична спрямованість художника? Ці питання періодично викликають зацікавленість як експертів, поціновувачів мистецтва, так і суспільства.

... з початку ХХ століття до наших днів, починаючи від проєктів модернізму і авангарду, до сьогоденішньої Perezriлої фази contemporary art, полеміка в основному протікає між «правим» аполітичним суверенним творцем (з його «священними» творами мистецтва) і «лівим» політизованим виробником, що ототожнює себе з соціальними практиками і не бажає визнавати різницю між громадськими процесами і мистецтвом. Насправді ж багато чудових художників виходили за межі цього поділу. Художники-одинаки відображали політичні та соціальні колізії (Бойс, Ворхол), а соціально орієнтовані артисти пропускали громадські практики крізь свій життєвий досвід (ситуаціоністи). У того ж Брехта при всій забороні на катарсичні практики майже в будь-який п'єсі є момент «точки кипіння», якогось дивного викриття, - «момент істини». Іншими словами, сучасний художник не може не бути одержимим політичними питаннями, але як зазначає Террі Іглтон слідом за Альтюсером, він має справу з соціально-політичним полем як критик, соціолог або активіст. «Наука дає концептуальне знання про ситуацію, пише Іглтон, мистецтво дає переживання цієї ситуації». Переживання в цьому випадку не є просто емоцією, а комплексом, який складається з інтелектуальної рефлексії, артистичної ідеї, політичної відповідальності, гри розуму і емоційної залученості. Ось чому не будь-який політичний жест має ставати експонованим артоб'єктом. Політичні та соціальні жести більш ефективні, коли розвиваються в режимі теоретичного осмислення і колективної співучасті. Критика ринку або корумпованих інституцій ще не передбачає, що вона є артистичним явищем. Критика і політичний аналіз зовсім не зобов'язані бути критичним мистецтвом і не є ним. Вони не менш важливі, ніж саме мистецтво, і мають власні завдання»<sup>134</sup>.

<sup>133</sup> ART NOW: Василь Цаголов. Про автора і час. *Art Ukraine*. 18.04.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/art-now-vasil-cagolov-pro-avtora-i-chas/#.YDkODNQS9ZI>

<sup>134</sup> Чухров К. Когда производство становится искусством. *Художественный журнал*. 2010. №75-76. URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/24/article/404>

Типова перманентна ситуація для нашої держави: влада, яка не може забезпечити гідне життя громадянам своєї країни, безперервне продукування неякісних законів, втрата перспектив ефективного економічного розвитку – це домінанти повсякденного життя художників у цей історичний період. Рефлексуєючи над соціально-політичними трансформаціями в суспільстві, художники або включаються у вир подій, шукають нові форми і змісти, або намагаються утримати час, залишаючись у тому чи іншому творчому методі, продовжуючи бачити світ по-своєму, абстрагуючись від соціальних потрясінь. Та все ж, реальність така, що будь-яка творча людина не може залишатись осторонь навколишніх подій і тонко сприймає будь-які зміни суспільних настроїв та адекватність політичних перевтілень, прагнучи відобразити свої почуття у витворі мистецтва, привертаючи таким чином увагу до актуальних проблем сучасного життя і показуючи в художній формі свою позицію, розставляючи акценти на тих чи інших нюансах.

## **2.2. Художник як суб'єкт ринку і ключова складова екосистеми мистецтва**

У ринкових умовах витвори мистецтва є предметом купівлі-продажу, і саме існування художника (творця) в тій або іншій формі пов'язано з економічними чинниками. «Сучасне мистецтво активно проголошується в якості матеріального товару в ширшій схемі пізнього капіталістичного виробництва споживчих товарів, чи то машин, чи то килимів – тобто, як пріоритетної форми товарного фетиша»<sup>135</sup>. Орієнтація творця на ринок означає, що творчий продукт стає товаром незалежно від того, чи має він унікальне значення або ж існує у безлічі копій. Відповідно, і успіх художника визначається попитом на його продукцію на ринку.

Цілком природно, що за таких умов забезпеченіший у матеріальному плані певний сегмент населення спроможний замовляти і купувати продукти творчої діяльності, здійснюючи тим самим комерційний тиск на їх творців. У подібних умовах виникає непросте дилема між свободою творчості і залежністю творця від комерційного успіху. Водночас ринкова ціна творчого продукту як різновиду предметного втілення інтелектуально-духовного виробництва (художнього полотна, симфонії, роману і т. ін.) не завжди перебуває у безпосередньому стосунку до його духовної цінності. Суперечки з цього питання між

<sup>135</sup> Robertson, I. A., Chong, D. The art business. Routledge, 2008. 234 p.



творцем і продавцем творчого продукту не припиняються і нині. І лише окремі творчі діячі можуть досягти відносного матеріального достатку, покладаючись виключно на регулюючу роль інструментів ринку.

Добре відомо і те, що досягти успіху на ринку можуть і творці продукції далеко не кращої якості, якщо вона припала до смаку широкій публіці. «Предмети мистецтва перетворюються на товар тільки тоді, коли вони доведуть свою корисність споживачеві, і він готовий їх придбати, обміняти, прийняти в заставу. Якщо твір дійсно призначений для відчуження, реалізації, а не для власного милування автора, він отримувє свою економічну оцінку, що визначається всякий раз ситуацією на ринку. Механізм цінкових сигналів – більш-менш правильний індикатор ринкової цінності. А значить і естетична оцінка (вона входить в поняття «корисності») витворам мистецтва, в кінцевому підсумку, дається в ринковій системі ринковими ж агентами, тобто покупцями, замовниками»<sup>136</sup>. За такого підходу важливо все ж таки не забувати роль творчої діяльності в процесі досягнення кінцевого ефекту й, відповідно, наявність авторських прав на створений у результаті творчий продукт. Окрім того, ринок витворів мистецтва (творчих продуктів) не може функціонувати без естетичної оцінки творчої діяльності їх авторів (не за критерієм корисності, а за критеріями якості художньої творчості з урахуванням механізму захисту авторських прав творців). У кожного художнього твору, виконаного за замовленням або виставленого на ринок, існує індивідуальна художня цінність, яку неможливо звести виключно до його ринкової вартості.

Божевілья художника – це частина його міфу, романтичного ореолу і таємниці, якою оповита творчість. Якщо художник вступив у смертельну сутичку з божевільям і втілив цю болісну боротьбу в образи мистецтва, продаж його бренду явно буде підвищуватися. Автори каталогів, що випускаються аукціонними будинками, надзвичайно обережно наводять інформацію, яка може знизити ціну описуваної картини. Тому про тілесні недуги краще не згадувати. Якщо виявляється, що автор на момент створення такого-то твору був хворий або старий, угода сприймається як ризикована, картина немов втрачає в ціні, порівняно з тими, що художник написав у розквіті сил. Цікаво, що психічні захворювання, навпаки, не викликають особливих заперечень. Ринок позитивно оцінює той факт, що художник писав картину, охоплений не

<sup>136</sup> Художественный рынок: Вопросы теории, истории, методологии. Спб.: СпбГУП, 2004. С. 45.

фізичними, а душевними муками: напад безумства, можливо, сприяв створенню геніального твору мистецтва<sup>137</sup>.

---

М. Селіванов стверджує, що в умовах домінування економічного мислення змінюється професійна діяльність художника, виникає нове розуміння ринку праці, де потрібний не художник, а «художній інтелект» як особлива система мислення, результатами роботи якої є нові метафори, отже і нові сенси. І, виявилось, що потреби в художньому інтелекті величезні. Але шлях носія художнього інтелекту, художника, до цього нового ринку блокується стереотипами, ілюзіями, традиціями, а ринок мистецтва опиняється в самому низу культурної ієрархії, на рівні стереотипного (індустріального) виробництва артефактів<sup>138</sup>. Водночас з наукової точки зору досить вдало зазначене пояснює О. Г. Домбровський: «Що стосується особливостей сучасної трудової діяльності, то перманентні загрози породжують соціальну відповідальність, екологічний менеджмент та інші структурні суб'єкти, які змушують переосмислити егоцентризм і заявити про прихід біоцентризму, де головна мета людини - власна самореалізація і створення гідних умов життя на планеті. У зв'язку з цим, етичні й філософські виміри з легкістю включаються в сучасну економіку, яка завдяки своєму інтелектоцентризму, віртуалізації та інноваційності легко приймає ці нові ідеали»<sup>139</sup>.

---

**Що є для вас найголовнішим у вашій художній практиці?**  
Свобода. Я – вільна людина і пишу вільні речі. Американські покупці досить передбачувані. Якщо вирішили витратити гроші, вони звертаються до адвоката, той знаходить дилера, який радить, що саме необхідно придбати, аби потім робота зросла у ціні. Їм байдуже, що там намальовано – справжніх поціновувачів дуже небагато, як, до речі, і всюди. Що стосується американського ринку, то багато років тому один дилер запропонував мені виставку на великому артшоу. Мій номер у нього взяв відомий галерист, а зранку наступного дня прийшов до мене додому. Побачивши мою роботу, мало не впав безтями: перед

---

<sup>137</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

<sup>138</sup> Селіванов Н. Искусство в контексте экономики. *Art-Edu-Studio*. 21.10.2016. URL: [http://art-edu-studio.com/tallinn/Experimenta17-txt\\_ru.pdf](http://art-edu-studio.com/tallinn/Experimenta17-txt_ru.pdf)

<sup>139</sup> Домбровський О. Г., Трансформації Homo oeconomicus у часопросторі креативного суспільства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 41. С. 22-26.

ним стояв радянський солдат з обличчям Горбачова, у руках якого був автомат Калашникова. Із фанери! На той час я мав свою квартиру і студію – диво для художника, що тільки-но приїхав до США. Галерист купив чимало моїх творів, а за два роки відкрив галерею, розмістивши деякі з них у її вікнах. Головний парадокс американського артринку у тому, що ти можеш вдало продавати роботи, але не бути інтегрованим у мистецтво США, і навпаки. Якщо вас цікавлять продажі, то я коштую дорого. У 1995 р. Galery Guide писали, що вартість моїх творів складає від 4 000-35 000 дол. Сьогодні ціни набагато вище. – *Люсьєн Дульфан* – один з лідерів покоління одеських нонконформістів 1960-х, представник українських метафізиків, роботи якого зберігаються у Державній Третьяковській галереї, музеях Санкт-Петербурга, Києва, Сеула, Варшави, Тбілісі, а також у багатьох приватних колекціях Європи і США. Від 1990 року – живе та працює у Нью-Йорку. Його твори сповнені архаїки та метафоричності, а сюжетним принципом обраний фантастичний реалізм. Нетрадиційні прийоми письма із застосуванням складних технік і фактур, унікальне композиційне рішення, дослідження проблеми асоціативності у мистецьких практиках, – саме так можна охарактеризувати творчість Дульфана<sup>140</sup>. Мистецтву України потрібно нарешті прокинутися і подумати, чого воно хоче насправді. Якщо мета – стати частиною світової культури, то перестати насичувати ринок, ганяючись за колекціонерами, а створювати виключно якісні твори. Важливо не позбавлятися українського національного духу, особливого колориту, але важливо вивести його на інший рівень, зробити сучасним і по-справжньому вільним. Коли 9 років тому я приїздив до Києва, був захоплений галереєю Димчука і Центром Сучасного Мистецтва М17 (під керівництвом Руслана Тарабукіна). Художник має ставитися до мистецтва як плавець, який кожного дня підходить до прірви і летить ластівкою. Він не повинен боятися, адже він і є ластівка. – *Люсьєн Дульфан*.

Отже, дослідження показують, що важливим аспектом щодо ролі і особливостей мистецтва в ринкових умовах є взаємовідносини сучасного «вільного» художника і комерційного мистецтва. Практика свідчить, що при загальноприйнятому способі торгівлі художник (якщо він хоче продавати свої роботи) потрапляє в жорстку залежність від галерей і аукціонних будинків, які формують купівельний попит. Якщо

<sup>140</sup> ART NOW: Люсьєн Дульфан. Про еміграцію, свободу та художню позицію. *Art Ukraine*. 08.08.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/art-now-lyusyen-dulfan-pro-emigraciyu-svobodu-ta-khudozhnyu-poziciyu-/#.YDkOytQS9ZI>

ті або інші художні рішення знайшли комерційний успіх, то художника підштовхуватимуть до роботи саме в руслі цих успішних рішень. А якщо він раптом захоче працювати в абсолютно іншій несхожій манері, то галеристи порадять відмовитися від подібних експериментів або ж взяти для таких робіт псевдонім і експериментувати за межами артбізнесу.

В інший спосіб торгівлі, коли художник за відповідних умов зобов'язаний продемонструвати актуальність, потрібною виявляється «корисність» мистецтва й художникові потрібні навички стратега. Тобто, якщо раніше багато великих художників прагнули зробити неможливе і вийти за вузькі межі сучасної дійсності, то сьогодні грантова система підтримки, індивідуальні замовлення диктують вибір максимально можливої стратегічної поведінки. Безумовно, як за першого, так і за другого комерційного підходу для багатьох художників трапляються «збіги обставин», коли їх власний інтерес збігається зі стратегічним курсом галерей або фондів. Проте це так буває не завжди, а здебільшого діють спеціальні стратегічні маркетингові інструменти.

Ще з ХХ ст. за сучасним художником закріпився імідж своєрідного трікстера ліберальної системи – людини, якій вдалося вибороти право на відносну свободу від необхідності брати участь у загальносуспільній трудовій рутині. У певному сенсі сучасного митця можна визначити як людину, яка не ходить на роботу за фіксованим графіком. ... У сучасному мистецтві, на відміну від класичного, цінність і вартість артефакту визначається не лише за кількістю механічної праці, вкладеної у його виробництво. У мистецтві останніх десятиліть чи не першочергову роль грала ідея, задум художника, втілений за допомогою образу. Розширення горизонтів мистецького висловлювання призводить до відмирання уявлення про ремісницьку досконалість як основний критерій якості художнього твору. ... У найближчому майбутньому людство може опинитись у ситуації, коли праця у класичному розумінні цього слова стане свого роду рудиментом, чи, швидше, luxury, а право на роботу нам доведеться виборювати у розумних машин. Artificial Intelligence загрожує не лише кар'єрі офісних менеджерів, таксистів, чи заводських робітників. Розробники додатків давно мріють створити повноцінного роботизованого художника. Сьогодні комп'ютерний розум вміє лише блискуче імітувати різні мистецькі стилі, але «мислити, як художник» йому поки що не під силу. Та хто знає, куди заведе світ наполегливість і кмітливість сучасних стартаперів. Роботизований інтелект успішно освоює також і професію куратора. Google Cultural

Institute запускає програму «X Degrees», яка аналізує мільйони високоякісних репродукцій із сотень музеїв і вчиться вибудовувати між ними логічні зв'язки на рівні історії, форми, кольору і змісту. ... Паралельно намічаються протилежні тенденції. Провідні футурологи як мантру повторюють фразу, що найбільш затребуваним «героєм часу» наступного десятиліття стане саме гуманітарій-митець, здатний створювати нові сенси у світі, що так стрімко відривається від звичної системи координат. Адже для великих людських мас, позбавлених необхідності працювати, центральним моментом стане не лише задоволення, а й самовдосконалення і пошук відповідей на базові онтологічні питання. Хочеться вірити, що адекватно відреагувати на цей виклик часу творчі гуманітарії зможуть краще і швидше за проповідників<sup>141</sup>.

«Після того як мистецтво зробило предметом своєї уваги роботу іншого, замість того щоб пропонувати власну роботу увазі інших, праця художньої організації і оформлення перетворилися в повсякденний дизайн і автодизайн. Це не означає, що мистецтво розчинилося в дизайні і стало непотрібним, як цього багато хто побоюється. Мистецтво наших днів документує працю, що інвестується у формування речей, - працю, яка береться до уваги навіть у тому випадку, коли ми стикаємося з індивідуальною роботою дизайнера, а не просто із скороченим, стандартизованим, індустріальним виробництвом. За поверхнею дизайну приховується робота, необхідна для його виробництва, адже він показує тільки результат цього процесу – у результаті сам процес випадає з уваги. Основна тенденція сучасного мистецтва полягає в тому, щоб перетворитися в документацію трудового процесу – відмовившись від демонстрації його результатів. Праця виступає як життєва форма, яка не може формуватися за допомогою мистецтва, а може лише документуватися»<sup>142</sup>. Ця своєрідна специфіка праці художника сьогодні в ринковій економіці й оцінюється специфічно.

У 2015 р. Рікардо Мартінез, аналізуючи тогочасне падіння цін на сучасні твори, звернув увагу на те, що першою жертвою кризи завжди стає молоде мистецтво. Причина полягає в тому, що часто твори митців,

<sup>141</sup> Мистецька праця: art/work у Вроцлаві. *Мистецький Арсенал*. 2017. URL: <https://artarsenal.in.ua/uk/povidomlennya/mystetska-pratsya-art-work-uvrotslavi/>

<sup>142</sup> Гройс Б. Глядя на труд другого. *Художественный журнал*. 2007. №64. URL: <http://xz.gif.ru/numbers/64/groys/>

що тільки-но виходять на арену (emerging artist), мають завищені ціни за рахунок хайпу довкола спонтанно «розкручених» молодих зірок. Не цілком виправдані ціни на молоде мистецтво можуть миттєво злетіти нагору, але й так само різко впасти на дно. Тому аналітик радить митцям, галеристам і дилерам робити ставку на поступальне, помірковане ціноутворення, що відповідатиме процесу «зростання» та становлення художника, його ідей та їх вираження у творах і виставках. З другого боку, вже у 2017 р. Джеймс Тармі з Bloomberg активно радить інвестувати саме у молодих митців, а основним критерієм для відбору найперспективніших і вартих уваги визначає «наявність виставок у поважних, орієнтованих на майбутнє галереях та позитивних відгуків від арткритиків і покупців, але при цьому обов'язковість послідовної і сталої авторської мистецької практики, що оминає ринкову істерію». Виходить, що саме ті молоді художники, які не прагнуть швидкої слави, але наполегливо випрацьовують свій стиль та ідейний напрям, є найцікавішими для прогресивних колекціонерів.

---

Ребека Дженнінгс, репортер Vox, наводить цікавий приклад The Julius Baer Art Collection – колекцію молодих митців швейцарського походження, яка є передусім «культурною інвестицією, адже надає молодим талантам підтримку і присутність на такому важливому ранньому етапі їхньої творчості». Якими ж мають бути митці-щасливчики? Ребека вивела ідеальну формулу «роботи з сучасними медіа, що кидають виклик класичним образотворчим мистецтвам (fine art) та процвітають завдяки новим підходам артринку, спрямованим на майбутнє». Насамперед це різноманітні онлайн-платформи (аналітичні, арткритичні ресурси, а також способи самостійного медіа-просування митців). Саме так сьогодні художник може знайти свого покупця самостійно, вивчаючи та опановуючи актуальні та новітні інтернет-майданчики, яким притаманна свобода та інноваційність, а отже і певна емансипація від старого-доброго артринку з його габаритністю за рахунок складної структури. Проте навіть якщо художник відчув себе Давидом, що бореться з Голіафом, повністю оминати ринок є не найрозумнішим рішенням. Принаймні варто знати, що він є і які самі важелі існують для просування на ньому<sup>143</sup>.

---

<sup>143</sup> Буцикіна Є. Ціна мистецтва: як молодому художнику заробити на власних творах. Яким чином працює український та світовий ринок мистецтва. *Mind.ua*. 02.07.2019. URL: <https://mind.ua/openmind/20199188-cinamistectva-yak-molodomu-hudozhniku-zarobiti-na-vlasnih-tvorah>

Варто прислухатися до порад експертів, які зазначають<sup>144</sup>, що хоча критерії оцінки очевидні, їх зміст іноді визначити доволі важко як самим художникам, так і їхнім потенційним покупцям. За таких умов важливо скористатися конкретними і простими порадами з ідентифікації кращих молодих художників для колекціонування від Одрі Ламберт, редакторки *Artrepreneur's Art Business Journal*. Отже, на її думку, художник, який перебуває на початковому етапі своєї кар'єри, щоб його помітили і почали купувати його витвір, має: (1) бути відкритим для нової, актуальної інформації, відображати її у своїй творчості; (2) мати освіту. Це доволі болюча тема для художників у всьому світі. Проте нерідко для покупців важливу роль відіграє не наявність престижної освіти як такої, а демонстрація художником якісної самоосвіти, саморозвитку, здатності бути критичним до власної творчості та контексту, постійний пошук нових освітніх, дослідницьких форматів (наприклад, активна участь в резиденціях, що передбачають обмін ідеями, знаннями та досвідом з колегами, а також, власне, подорож до нових місць, де створено комфортні умови для розвитку творчого та інтелектуального потенціалу); (3) працювати над цілісним стилістичним підходом, випрацювати власний, впізнаваний стиль; (4) показувати у своїй творчості духовне і майстерне зростання. У творах має вбачатись динаміка і поступ у роботі художника з ідеями та їхнім втіленням; (5) мати сайт/персональну сторінку, де потенційний покупець зможе легко знайти роботи художника в хронологічній послідовності їх створення та в супроводі усієї необхідної інформації. В ідеалі також – мати студію/майстерню, куди можна запросити галериста/дилера/колекціонера, показати свої роботи і поговорити про них<sup>145</sup>. Риторичне питання полягає в тому, чи гідний сьогоденний український арт-риннок такого художника? Чи цінує і вишукує сьогоденний покупець мистецтва таку ще не народжену зірку? Позитивна відповідь можлива лише за умов амбівалентного розвитку і поваги: художників та інституцій, художників і колекціонерів, художників і художників<sup>146</sup>.

Ігор Абрамович<sup>147</sup>, відповідаючи на запитання «Які помилки найчастіше всього можуть бути фатальними у кар'єрі?» з власного

<sup>144</sup> Там само.

<sup>145</sup> Буцикіна Є. Ціна мистецтва: як молодому художнику заробити на власних творах. Яким чином працює український та світовий ринок мистецтва. *Mind.ua*. 02.07.2019. URL: <https://mind.ua/openmind/20199188-cina-mistectva-yak-molodomu-hudozhniku-zarobiti-na-vlasnih-tvorah>

<sup>146</sup> Там само.

<sup>147</sup> Ігор Абрамович: метаморфози арт-ринку. *Дзеркало тижня*. 17.02.2017. URL: <https://dt.ua/CULTURE/igor-abramovich-metamorfozi-art-rinku-.html>



досвіду розкриває деякі секрети: «До кар'єрної кризи можуть призвести навіть незначні деталі, як-то підійти на артярмарку до галериста в день відкриття, або в момент спілкування з колекціонером: поки вони не продадуть основні твори, ваше знайомство неможливе; очікування «кращої пропозиції» та відмова галереям та агентам до кінця життя, не бажаючи підписувати контракт; нехтування художником побудови власного веб-сайту за логікою навігації користувача (потенційні колекціонери та галереї губляться в дизайні та лишають ресурс, не діставшись до розділу контактів); незнання іноземної мови також не справить враження на галериста, який захоче заключити представницький контракт: це означає, що ви не будете здатні давати інтерв'ю та бути публічною особою, що важливо для сучасного художника. Останніми роками до українських реалій додалась «екзотична» проблема: багато іноземців, що працюють в Україні, користуються магією закордонного громадянства та беруть картини наших митців «роздивитись ближче», обіцяючи розплатитись пізніше. Замість того, щоб замислитись, що забув успішний з виду іноземний громадянин в нестабільній країні в період військових дій та економічної кризи, художники радісно дають їм роботи. Згодом ті лишають країну разом із картинами, пошивши художників у дурні. Проте найстрашнішим є інше: багато митців взагалі не вважають це проблемою, бо на їхню думку «вкрав іноземець» варте більшого, ніж «купив українець». До чого я веду? Не віддавати роботи без підписаного контракту на право власності, із зазначенням терміну платежу. Практика свідчить, що шахраї зникають якраз при необхідності підписати документи»<sup>148</sup>.

На думку експертів, одним з трендів розвитку сучасного артринку є поява художників-брендів і починається він з 2008 р., коли британський художник Демієн Герст шокував артринок, уклавши договір з Sotheby's про продаж своїх робіт. Вважається, що це була перша спроба прямого співробітництва художника з аукціонним будинком, без участі галереї. Були продані 223 роботи, практично всі з них перевищили цінові очікування, а загальна виручка аукціону склала 200 млн дол. США. І хоча через деякий час ці придбання не стали предметами вдалих інвестицій, проте ця подія перевернула традиційне уявлення художників про свої можливості. Сьогодні багато хто прагне самостійно контролювати свою кар'єру і лише частково покладається на послуги галерей. Художники використовують різні канали для просування

<sup>148</sup> Ігор Абрамович: метаморфози арт-ринку. *Дзеркало тижня*. 17.02.2017.  
URL: [https://dt.ua/CULTURE/igor-abramovich-metamorfozi-art-rinku\\_.html](https://dt.ua/CULTURE/igor-abramovich-metamorfozi-art-rinku_.html)



свого мистецтва: знайомляться з колекціонерами, беруть участь у ярмарках, організують продаж. Успішне створення власного бренду надає художникам значної ваги і формує їх конкурентні переваги. Якщо раніше галереї були орієнтовані на утримання колекціонерів, то зараз їх увага перемкнулася на авторів: галереї стають агентами для своїх художників, конкурують за лідерів і спрямовують усі сили для їх просування. У своїй стратегічній поведінці галерея вибудовує баланс між культурною значущістю художника і його ринковою вартістю, контролює його репутацію і інтерпретує художні ідеї. Якісне створення власного бренду відкриває для художників безліч творчих і фінансових можливостей. Саме тому сьгодні лідери ринку прагнуть використовувати всі інструменти зростання, як самостійно, так і за допомогою галереї<sup>149</sup>.

У професійному міжнародному середовищі усі функції на шляху комерціалізації творчого продукту врегульовано чітким розподілом обов'язків між художником і його менеджментом: художник творить, менеджмент просуває продукт на ринок. Але, *художник – це не тільки поклик та талант, але складне ремесло, професія. А кожна професія має бути задовільно оплачена.* Сучасне покоління художників навчилася досить ефективно виконувати функції менеджерського самоконтролю: митці та їхні товариства сьогодні є кураторами, критиками та прес-секретарями самих себе, принагідно виконуючи функції побудови експозиції та галерейних наглядців.

**Щоденники художників.** Живопис – заняття, по суті, передбачає самотність, а самотність спонукає до самоаналізу, і тому щоденники багатьох художників в найцікавіших деталях зображують реальний процес створення картини (або потуги творчого безсилля). Якщо письменник на сторінках особистого щоденника журиться про те, як важко скласти книгу, то художник нарікає, як важко написати картину. Художник постійно відчуває потуги і розчарування, але часом випадають і вдалі дні, коли, за словами Хейдон, «мозкові звивини немов наповнює нектар». Самотність, якого вимагає живопис, також породжує ексцентричність. Щоденники художників - цінне документальне свідчення, депеші з богемної передової, в яких анархія, безумство, деструктивні тенденції, а іноді і комізм, властиві їх способу життя, постають в самих живих і яскравих деталях. Ще в 1555 р. Якопо Понтормо перемишує свої щоденникові записи про

<sup>149</sup> Ігор Абрамович: метаморфози арт-ринку. *Дзеркало тижня*. 17.02.2017. URL: [https://dt.ua/CULTURE/igor-abramovich-metamorfozi-art-rinku\\_.html](https://dt.ua/CULTURE/igor-abramovich-metamorfozi-art-rinku_.html)

те, як просувається робота над фресками у флорентійській церкві Сан-Лоренцо, невротичними нотатками з приводу своєї дієти і стану травлення. Художники, що залишили найкращі щоденники, розуміли, що щоденникові записи не терплять виправлень і відточеного стилю і є схожими до швидко виконаного начерку з натури. Найкраще зафіксувати перше враження: воно найщиріше. Оглядаючи поглядом рукописну сторінку щоденника, ви маєте побачити мінімум закреслень. Потік вражень має виливатися вільно, не піддаючись правці, як етюд без пентіменто.

Інша важлива властивість щоденникових записів – це демонстрована їх автором готовність аналізувати і прийняти власну творчу неспроможність і безглуздість. Наприклад, Хейдон-художник – жертва *folie de grandeur*, розточуючі його творчі сили, але Хейдон – автор щоденника має сміливість усвідомити свої особисті недоліки. Протиріччя між двома цими сторонами особистості – запорука чарівності. А як все це стосується комерції? Я зовсім не хочу сказати, що будь-яка картина Делакруа буде продаватися краще, оскільки він вів щоденник. Але я дійсно переконаний, що вартість конкретної картини може збільшитися, якщо запис в щоденнику проллє світло на обставини її створення і відкриє в ній щось нове. Кращі щоденники додають додаткові штрихи до особистості їх авторів-художників; завдяки ним ми можемо чіткіше уявити собі бекграунд художника, точніше оцінити його і підвищити вартість створених ним предметів мистецтва<sup>150</sup>.

Повернемося до міфологічної уяви про постать художника. Як вважалося довгий період – художник як представник богемі – важливий елемент міфу, який створює про себе мистецтво. А мистецтво – це щось чарівне і досконале, за нього не шкода заплатити велику суму грошей саме тому, що його справжню цінність не можна обчислити і виразити в грошовому еквіваленті. Художники, які породжують цей надзвичайно привабливий предмет духовного споживання, мають вести себе інакше, ніж обивателі, щоб ніхто їх не переплутав. Їхній богемний стиль – знак обраності долею, нагадування про те, що мистецтво неповторне і унікальне та становить неабияку фінансову цінність. Однак деміфологізація мистецтва (різні процедури роботи з міфами) також полягає у деміфологізації мистецької праці, яка не завжди і не повно, але таки визначає вартість (і цінність) мистецьких творів.

---

<sup>150</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

У XXI ст. мова не йде про спрощення і вивільнення праці: мистецькі твори дедалі ускладнюються, потребуючи не лише додаткових спеціальних знань, котрі виходять поза межі однієї особи художника (наприклад, знань інженерних, виробничих, архітектурних, технологічних тощо), а й складних і тривалих виробничих процесів (тут мова йде не так про «мистецькі фабрики» Демієна Герста, Джеффа Кунса чи Такаші Муракамі, хоча і про них також, а, скажімо, про проєкт Марка Брефорда на 57 Венеційській бієнале 2017 р., коли він повністю відтворив американський павільйон у ангарі в Лос-Анджелесі, аби мати можливість вибудувати свій простір. Також за кожним твором і процесом, незалежно від виробничих процесів і символічного капіталу художника, і за кожною постаттю художника стоїть чимало культурних працівників, які забезпечують перехід до зони й економічного, і символічного буття. Крім того, подекуди, поки ринок не визначив фінансової вартості твору та символічної вартості його автора, саме фізична праця стає підставою для оплати<sup>151</sup>. Мистецтво не є вільним від таких економічних категорій як надвиробництво (не лише більшість творів у публічних чи приватних колекціях мають шанс бути показаними хіба один раз, те саме стосується будь-яких творів мистецтва, і не лише візуального) чи криза (економічна криза у Греції, приміром, знищила мистецький ринок, призвела до закриття більшості мистецьких галерей і позбавила фінансування більшість мистецьких інституцій, що спричинило катастрофічне збідніння та еміграцію, зокрема, у культурній царині). Мистецтво має подвійну природу, в якій поєднується, здавалося б, несполучуване. Про це будемо говорити в подальших розділах.

Дискусійним (класично) залишається питання: чим відрізняється хороший художник від поганого: сміливістю вираження, чіткістю ідей, цілісністю концепцій? Сьогодні не існує якогось централізованого інституту щодо встановлення правильної репутації, де записують і оцінюють людей, щоб потім повісити на них ярлики. Художник може розпочинати з простих робіт, які копіюють чужі, а потім розвинути свою візуальну мову, яку будуть копіювати вже його власні учні. У який момент він стане хорошим або поганим? Це просто не дуже правильні категорії для розмови про мистецтво, зазначають деякі критики. Хтось отримує гранти на свої роботи. Хтось працює на основній роботі, а

<sup>151</sup> Ботанова К. Свята простота. Мистецтво як економічний об'єкт. *Korydor*. 06.11.2017. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/sviata-prostota-mistetstvo-yak-ekonomichnyj-objekt.html>

вільний час присвячує власній творчості. Хтось успішно продає свої твори. Загалом найбільша відмінність художників від «звичайних» людей в тому, що багатьом з них не відразу стає зрозумілим, як розпочати заробляти творчістю. Чи існує сьогодні некомерційне мистецтво (крім стріарту)? Практика показує, що некомерційним мистецтвом постійно займаються всі студенти художніх університетів. Купа робіт, які виробляють художники, виробляються просто тому, що неможливо не робити їх. Щодо специфіки діяльності художника, існує думка, що мистецтво – це потреба в більшій мірі, ніж робота. Хоча, звичайно, художники всі дуже різні. Мистецтво також, відповідно, буває дуже різним, але у кожній роботі є контекст. Якщо глядач перебуває в іншому контексті, краще допомогти йому зі сприйняттям роботи – для цього і потрібні маніфести.

---

Сучасне торжество *брендингу* – Демієн Герст. Кольорові шкали з рекламного буклету виробника фарб, що нагадують його «полотна з кольорових крапок» (spot paintings), нині здаються швидше наслідуванням Герста, а не навпаки. Однак Герст – виняток. Посилене просування бренду може привести до двох невтішних результатів: нинішнім художникам, які прагнуть відтворювати брендові тенденції, загрожує втрата оригінальності і відмова від радикальних художніх експериментів. Вихід з цієї ситуації хитромудрий художник може знайти, обравши в якості бренду амплу непередбачуваного експериментатора, однак витримати цю роль під силу не кожному. Поступаючись тиску своїх дилерів, сучасні художники і скульптори творять з оглядкою на власний бренд і вічно побоюються його зруйнувати. А мистецтво минулого, наприклад картина Моне, зростає в ціні прямо пропорційно ступеня його впізнаваності, аж до того, що люди, входячи в кімнату, де висить картина, негайно вигукують, на радість власнику: «Ах! У вас є Моне!» Легко впізнаваний стиль або навіть сюжет вселяє впевненість в покупця, піднімає його у власних очах і є доказом його естетичної досвідченості. Таким чином, абсолютно типові для цього художника роботи, «ікони», явно будуть коштувати дуже і дуже дорого. Однак остерігайтеся нетипових: наприклад, натюрморт або портрет того ж Моне буде оцінений значно нижче, ніж «Ставок з лататтям»<sup>152</sup>.

---

<sup>152</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

Витвір «Кролик» Джеффа Кунса, продано у травні 2019 р. за 91 млн дол. США. Вартість його визначається тим, що Кунс – один



**Джефф Кунс. «Кролик».**

*Нержавіюча сталь. Скульптура продана за 91 млн дол.США.  
Фото: Christie's*

з найзнаменитіших і успішних (у всіх сенсах) художників ХХ ст. і ХХІ ст. «Кролик» – це знаковий твір, який однозначно маркує його власника приналежністю до еліти. Він був створений в 1986 р., тоді, коли ще тільки формувався артриннок у його сучасному вигляді. Відтоді він постійно зростав у ціні, як і інші роботи Кунса, що постійно беруть участь у виставках, що прикрашають вулиці, продаються на аукціонах. «Цей кролик володіє не фактичною, а символічною цінністю, яка може в мільйони разів перевершувати його початкову вартість», – зазначають експерти. Що таке роботи Джеффа Кунса – бренд, мода, мейнстрім сучасного мистецтва? Все-таки цікаво, як Кунсу вдалося обхитрити весь світ? Або привчити? Або приручити? Хто він? Абсолютна величина, вартість його робіт – абсолютна цінність, або все це – абсолютний виверт артдилерів, культурного феномена на теми банальності і споживання, масової культури і норм краси, резонують далеко за межами художнього світу. Тільки час вирішить ці питання<sup>153</sup>. Таку ситуацію цілком можна пояснити твердженням П. Бурдьє стосовно символічної влади художника: «Виробники культури наділені специфічною владою, владою чисто символічною – змусити

<sup>153</sup> Абсолютная уловка. Джефф Кунс. Виставка «Абсолютная величина» в Тель-Авивском музее искусств. *Live Journal. Культура Израиля*. 30.03.2020. URL: <https://culture-il.livejournal.com/1147661.html>

бачити або вірити, пролити світло, зробити експліцитно, об'єктивувати досвід, більшою чи меншою мірою заплутаний, незрозумілий, несформульований і навіть неформульований, про природний і соціальний світ і тим самим змусити його існувати»<sup>154</sup>.

Слід зазначити, що ARTinvestment.RU складає рейтинг найдорожчих робіт сучасних художників, що становить собою конструкцію, яка говорить про роль і місце художника в історії мистецтва. Правила складання рейтингу прості: по-перше, до уваги беруться тільки угоди з роботами нині живих авторів; по-друге, враховуються тільки публічні аукціонні продажі; по-третє, дотримується правило «один художник – одна робота» (якщо в рейтингу робіт два рекорди належать Джонсу, то залишається тільки найдорожча, а решта до уваги не беруться). Ранжування ведеться в перерахунку на долари (за курсом на дату продажу). Так, у 2018 р. цей рейтинг був таким<sup>155</sup>:

1. Джефф Кунс. Кролик. 1986 р. \$91,075 млн.
2. Девід Хокні. Портрет художника. Басейн з двома фігурами. 1972 р. \$90,3 млн.
3. Герхард Ріхтер. Абстрактна картина. 1986 р. \$46,3 млн.
4. Цуй Жучжо. Великі засніжені гори. 2013 р. \$39,577 млн.
5. Джаспер Джонс. Прапор. 1983 р. \$36 млн.
6. Ед Рушей. Smash. 1963 р. \$30,4 млн
7. Крістофер Вул. Без назви (RIOT). 1990 р. \$29,93 млн.
8. Пітер Дойг. Роуздейл. 1991 р. \$28,81 млн.
9. Френк Стелла. Мис сосен. 1959 р. \$28 млн.
10. Йосітомо Нара. Ніж за спиною. 2000 р. \$24,95 млн.
11. Цзен Фаньчжи. Тайна вечеря. 2001 р. \$23,3 млн.
12. Роберт Райман. Міст. 1980 р. \$20,6 млн.
13. Демієн Герст. Сонна весна. 2002 р. \$19,2 млн.
14. Мауріціо Каттелан. Нім. 2001 р. \$17,19 млн.
15. Марк Гротьян. Без назви (S III Released to France Face 43.14). 2011 р. \$16,8 млн.
16. Такасі Муракамі. Мій одинокий ковбой. \$15,16 млн.
17. KAWS. Альбом KAWS. 2005 р. \$14 784 505.
18. Цзінь Шані. Таджикицька наречена. 1983 р. \$13,89 млн.
19. Бенксі. Розбещений парламент. 2008 р. \$12,14 млн.

---

<sup>154</sup> Бурдьє П. Начала. М.: Socio-Logos, 1994. 288 с.

<sup>155</sup> Нині живуть художники: топ продаж. *ARTinvestment.RU*. 20.11.2018. URL: [https://artinvestment.ru/invest/rating/top\\_living\\_artists\\_world\\_auction\\_prices\\_rating.html](https://artinvestment.ru/invest/rating/top_living_artists_world_auction_prices_rating.html)

20. Джон Каррен. Мило і просто. 1999 р. \$12,007 млн.
21. Брайс Марден. The Attended. 1996-1999 pp. \$10,917 млн.
22. П'єр Сулаж. Peinture 186x143 cm, 23 décembre 1959 p. \$10,6 млн.
23. Чжан Сяоган. Вічна любов. \$10,2 млн.
24. Брюс Науман. Безпорадний Генрі Мур. 1967 р. \$9,9 млн.

За даними французької аналітичної компанії Artprice список Топ-10 художників, чії роботи увійшли в ціновий рейтинг результатів аукціонних торгів за підсумками останніх 20 років, є таким:

Таблиця 2.1

**Топ-10 художників, чії роботи увійшли в ціновий рейтинг результатів аукціонних торгів за підсумками останніх 20 років**

Ім'я художника	Кількість робіт у топ-100 продажах	Ціна топ-продажу, млн дол. США	Рік топ-продажу
Жан-Мішель Баскія (1960-1988 pp.)	33	110,5	2017
Джефф Кунс (1955 р.)	17	91,1	2019
Пітер Дойг (1959 р.)	14	29,9	2015
Мартін Кіппенбергер (1953-1997 pp.)	4	22,6	2014
Цзен Фаньчжі (1964 р.)	3	23,3	2013
Демієн Герст (1965 р.)	3	19,2	2007
Йосітомо Нара (1959 р.)	2	24,9	2019
Чень Іфей (1946-2005 pp.)	2	22,6	2017
Керрі Джеймс Маршалл (1955 р.)	2	21,1	2018

Джерело: <sup>156</sup>.

Зокрема, шедевр американського художника Жана-Мішеля Баскії куплений японським мільярдером Юсаку Маедзава, за рекордні 110,5 млн дол. США картина «Без назви» (1982 р.) практично не з'являлася на публіці і ніколи раніше не експонувалася в музеї. Полотно було попередньо оцінено в 60 млн дол. США і виставлено на аукціон спадкоємцями колекціонерів Джеррі і Емілі Шпігель, які купили цю картину в 1984 р. усього за 19 тис. дол. Тема більшості творів Баскії – випробування, пережиті чорношкірими в Америці, – знайшла новий резонанс на хвилі загальнонаціональних протестів

<sup>156</sup> 20 years of Contemporary Art auction history. *Artprice.com*. 2020. URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2020/the-contemporary-art-rush>





**Жан-Мішель Баскія. Без назви. 1982 р.**

© *The Estate of Jean-Michel Basquiat / ADAGP, Paris / ARS*

США, які розпочалися в 2014 р. після того, як поліцейські розстріляли неозброєних афроамериканців.

Загалом, як показують ретроспективні дослідження, до початку ХХ ст. художники відігравали концептуальну роль у життєдіяльності суспільства і держави, намагаючись через творчість зрозуміти сутність того чи іншого часу, відобразити його у своїх творах і допомогти людині та суспільству розвивати власні задатки, відчуваючи відповідальність і перед мистецтвом, і життям.

З початком ХХ ст. реалізація концепції людиноцентризму сприяла створенню масової культури, за допомогою якої художник навчився маніпулювати свідомістю людей. Проте в умовах ринкових відносин вони не можуть бути ідеологами, оскільки залучені в колективний процес щодо створення і продажу витвору мистецтва згідно з вимогами

споживача. Однак ніхто не може відібрати у художника ідею, тому й зустрічаємо сьогодні найрізноманітніших художників, включаючи і «консерваторів», і «деконструкторів», бо способи зберігання ідей різноманітні. «Художники не такі, як усі. І це драгує. Їх дратують червоною ганчіркою «успіху». Їм дорікають за те, що вони «тільки» художники, спокушають можливість бути чимось більшим. А вони все наполягають на тому, що в «намальованому будинку» можна жити. Хоча самі не вірять в це. Нехай особистості. Суспільство не терпить порожнечі. Ногот васуі! Але художники - це і є гомеопатична доза порожнечі, яка прищеплює імунітет до вселенського вакууму, до всякого роду чорних дірок, в тому числі і соціальних. Хіба чорні діри не найактуальніша проблема на сьогоднішній день?»<sup>157</sup>.

Художники в умовах нашої непростой дійсності нерідко і охоче виконують соціальні замовлення. Проте, сподіваємося, що все ж таки, у багатьох випадках, усупереч задумам замовників і власної суб'єктивної поступливості, вони об'єктивно залишаються художниками. І сьогодні, як і в усі часи, головним завданням художника в мистецтві є новизна форми, намагання привнести новий погляд і знайти навіть в усталеному каноні новий поворот.

Цікавими є рекламні пропозиції, розраховані на залучення молоді до навчання професії художника. Зокрема, у них зазначається, що затребуваність професії безпосередньо залежить від спеціалізації. Але якщо брати в загальному розумінні, то вона дуже низька. Здебільшого художники є вільними художниками і працюють самі на себе. Заробітки безпосередньо залежать від працевлаштування і затребуваності майстра: якщо ви змогли знайти постійну роботу в поліграфічній компанії, видавництві або дизайнерській фірмі, то ви будете мати фіксований дохід на місяць. Вільні ж творці мають абсолютно непередбачуваний рівень доходу. Вони можуть місяцями нічого не заробляти, а можуть лише за кілька тижнів отримати величезні гроші.

Розділяємо думку тих, хто вважає, що художник – фахівець і авторитет тільки у своїй вузькій сфері – у мистецтві. Слід усвідомлювати, що в моральному плані художник ані трохи не вищий за інших людей, тому яскраво зображаючи людські вчинки, не значить, що сам він може вважатися моральним авторитетом. Особливість позиції художника полягає в тому, що працюючи над витвором мистецтва, він постійно оцінює межі свого ставлення до ролі, сенсу, стану, статусу, тривалості

<sup>157</sup> Зачем сейчас нужны художники? *АртГид*. 27.06.2017. URL: <https://art-guide.com/posts/1281>

і накопичує таким чином ту енергію, яка потім передається нам у його художньому творі й впливає на наш вибір, відчуючи співзвучність. Водночас важливо враховувати, що творча криза художника вважається необхідною складовою його творчого зростання, оскільки дозволяє заново поглянути на свою творчість, зробити переоцінку цінностей, знайти нове бачення світу.

У наші дні сучасний художник вбудовується в нові реалії і напрацьовує досвід існування в запропонованих обставинах артринку, де ступінь його прижиттєвого та історичного успіху незмінно обумовлюється мірою його включення в цю систему через інститут посередництва, що становить собою сукупність соціальних інституцій культурно-мистецького і комерційно-прагматично зацікавленого характеру. Дедалі більше співпраця художників з цим інститутом стає дієвим інструментом його виходу на артринок, особливо міжнародний. Такі сучасні тенденції і правила гри.

---

**Розділ 3.**  
**Економічні аспекти сучасного мистецтва**



Творчість 2000-2010 № 9 9/50 С. Задан 2003



### 3.1. Що таке економіка мистецтва і чому в ній виникла необхідність

Традиційно мистецтво є предметом дослідження філософії, соціології, мистецтвознавства, історії, літературознавства та ін. дисциплін, а економічна складова як культури, так і її складової – мистецтва – практично мало вивчається, особливо її науково-методологічні засади. Хоча в історичному контексті розгляд взаємозв'язку суспільної ідеології і системи цінностей з економікою в частині виявлення моральної сутності економічних відносин, їх соціальна обумовленість вивчалися ще в Древній Греції Арістотелем і Ксенофонтом. Тоді етика домінувала над економікою, що характерно для всіх культур традиційного типу. У своїй доповіді «Культура має значення» А. Кламер, наголошує, що «поза економікою перебуває цілий світ, що складається з цінностей, добродійностей, з того, що є основою, що спонукає нас до дій і ще важливіше – робить нас людьми». На його думку, економіка є лише частиною загального контексту, яким є культура; вона є лише інструментом для виробництва того, що є більш важливим, а саме культури. Усе своє життя ми віддаємо пошуку ідей, зазначає А. Кламер, що є частиною наших культурних благ, нашого накопиченого культурного капіталу, що виробляє культурні цінності<sup>158</sup>. Водночас не викликає сумнівів той факт, що продукти, які створюються у сфері культури і мистецтва, не можна відносити як до традиційних товарів і матеріальних цінностей. Саме цим пояснюється той факт, що економічна теорія і сфера культури як об'єкт її уваги довгий час ставились один до одного, ґрунтуючись на принципі взаємовідчуження.

Сфера мистецтва – це сфера нематеріального, а передусім духовного виробництва. Її продукти задовольняють не матеріальні, а інтелектуальні, естетичні і духовні потреби людей, оскільки для будь-якої мислячої людини ці цінності є не менш значимими, ніж матеріальні. Ця спрямованість до духовності як до умови виховання і підтримки етичних і моральних засад у житті суспільства здавна вкорінювалася у свідомості людей. Водночас для економічної науки завжди був характерний високий рівень гуманізму і соціальна спрямованість досліджень.

Як на нашу думку, то найяскравіше це проявилось у творчості класиків політичної економії, які у своїх працях обов'язково розглядали

<sup>158</sup> Кламер А. Культура имеет значение. *Экономическая культура: ценности и интересы*. Альманах центра исследований экономической культуры факультета свободных искусств и наук СПбГУ. 2014. С. 13-19.

аспект соціального підходу до економічних явищ і процесів, трактуючи їх крізь призму верховної цінності людської особи, ідеї. Проте батьком-засновником економіки культури прийнято вважати нобелівського лауреата Вільяма Баумоля, який надрукував роботу «Виконавські мистецтва: економічна дилема»<sup>159</sup>. Ця порівняно невелика за обсягом книга зробила досить серйозний вплив на подальший розвиток зазначеного напрямку в економічній науці.

Ретроспектива показує, що посилення ролі економіки в діяльності господарюючих суб'єктів сприяло економічній інтерпретації історії. Особливо важливим етапом цього процесу є епоха Просвітництва, коли сформувалася «модель «людини економічної», яка персоніфікувала спробу екстраполяції нової антитрадиціоналістської логіки. Політична економія позбавилася авторитету релігійних норм і моральної філософії, ставши наукою, предметом якої є діяльність людини економічної»<sup>160</sup>. У ХХ ст. пріоритет економічного життя, згідно з яким економіка як соціальна система має займати центральне місце в усіх сферах громадського життя, змусив дати ідеологічний вимір економічним явищам<sup>161</sup>.

Сьогодні, в умовах панування ринкових відносин, коли змінюються підходи як до тлумачення функцій мистецтва, так і до особливостей його розвитку й впливу на процес соціалізації суспільства, виникає необхідність на прикладі ринку витворів образотворчого мистецтва, поглянути на нього крізь призму економічної теорії, а точніше – з точки зору попиту на культурні блага<sup>162</sup>.

Відкриті майданчики творчих дискусій і нові медіа, які визначають стан сучасного мистецтва, усе більше проникають у системи художньої освіти, а непередбачувані та все більш жорсткі події світового значення

<sup>159</sup> Baumol W. J., Bowen W. G. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. N. Y.: The Twentieth Century Fund, 1966.

<sup>160</sup> Автономов Ю. В. Взгляд на искусство через призму экономической теории. *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2003/6/vzglyad-na-iskusstvo-cherez-prizmu-ekonomicheskoy-teorii.html>

<sup>161</sup> Мизес Л. Бюрократия. Запланированный хаос. Антикапиталистическая ментальность. М.: Дело, 1993. URL: [https://royallib.com/book/mizes\\_lyudvig/byurokратиya\\_zaplanirovanniy\\_haos\\_antikapitalisticheskaya\\_mentalnost.html](https://royallib.com/book/mizes_lyudvig/byurokратиya_zaplanirovanniy_haos_antikapitalisticheskaya_mentalnost.html)

<sup>162</sup> Автономов Ю. В. Взгляд на искусство через призму экономической теории. *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2003/6/vzglyad-na-iskusstvo-cherez-prizmu-ekonomicheskoy-teorii.html>



заповнюють собою інформаційний простір, залишаючи для висвітлення культурних подій усе менше часу. Усе це подається як ознаки діяльності економічного мислення.

Системна криза цивілізації, яка зараз розгортається, безпосередньо впливає на глобальні процеси маргіналізації мистецтва, руйнуванням цього головного «генератора» сенсів. І хоча кожна епоха влаштовує ревізію усіх гуманістичних цінностей, проте сьогодні з втратою традиційних каналів ретрансляції культури ситуація вбачається інакшою. «Сучасна теорія, – на думку Е. Рейнерта, з якою, мабуть, слід погодитись, – зазнає труднощів стосовно урахування якісних змін економіки, які в майбутньому стануть основою кількісних змін». До того ж, вважає вчений, «в епоху зміни парадигми суспільство переходить у стан розгубленості. Подібна ситуація актуальна й для сучасної науки: у нас є значна кількість досліджень і висновків, і деякі з них спростовують один одного». Водночас, зазначає цитований учений, «комбінація різних парадигм може привести до того, що ми почнемо вибирати, керуючись власними інтересами – національними, або ще якимись. Якщо нам буде вигідно, ми скажемо, що земля кругла, а якщо не вигідно – що вона плоска»<sup>163</sup>.

Проте світ потрібно сприймати таким, який він є. А тому важливо з економічної точки зору зрозуміти, що становить собою витвір мистецтва в умовах ринкових відносин: товар або творчий інтелектуально-духовний продукт з його унікальними товарними властивостями. Ідеться про те, чи інтегруються в товарні властивості витворів мистецтва особові якості творця (передусім талант і професіоналізм). Щобільше, чи передається споживачеві творча активність творця як матеріально втілена у творчому продукті творча енергія? На художньому ринку домінує комерційний розрахунок, а творчий продукт розглядається споживачем лише як звичайний об'єкт купівлі-продажу? Якщо передбачити, що має місце останнє, то слід констатувати: ми маємо справу з художнім ринком, у якому «дух комерції» домінує над справжньою духовністю. І ось тут виникає важливе питання, а чи не може це виявитися згубним для розвитку сучасної культури і мистецтва?

Щоб переконливо й обґрунтовано відповісти на ці та інші дотичні питання, необхідно провести теоретичне дослідження, яке має започатковуватись на певних методологічних принципах, серед яких

<sup>163</sup> Рейнерт Э. С. Спонтанный хаос. Экономика эпохи рецессии / [пер. с норв. А. В. Наумовой]. М.: Политическая энциклопедия, 2017. 190 с.

найважливішими є: фундаментальність дослідження, на відміну від поверхневих або функціональних зв'язків; наявність ґрунтового філософського базису, що передбачає єдність онтологічного, гносеологічного, аксіологічного і праксеологічного підходів; розуміння сутності, змісту та форми процесів і явищ; розгляд глибинних соціально-економічних процесів на основі виділення причинно-наслідкових зв'язків; врахування тенденцій і закономірностей розвитку мистецтва та його місця в економічній системі; здійснення об'єктивного аналізу дійсності, коли предметною сферою дослідження є економічні відносини; виокремлення вартості як основоположної категорії дослідження; аналіз комплексу інтересів суб'єктів економічних відносин у контексті їх системної єдності та суперечностей; обов'язковість зв'язку з прикладною сферою – мистецтвом – у частині визначення проблем формування, реалізації та вдосконалення культурної політики держави; можливість застосування отриманих наукових висновків і результатів у наступних дослідженнях конкретних мистецтвознавчих, економічних і суміжних наук<sup>164</sup>.

Особливий напрям нашого дослідження – це економіка живопису як складне і багатозначне поняття, що включає галузь науки, яка вивчає фінансові та господарські відносини у сфері образотворчого мистецтва та споріднених з нею сферах; галузь художнього бізнесу (артбізнес) як сферу господарської та підприємницької діяльності, сферу художніх і творчих інновацій, а також поле державного регулювання і підтримки – фінансової, організаційної, податкової, правової. Під економікою живопису сьогодні обов'язково розглядають складову статистичного виміру, яка включає в себе масу параметрів, що періодично спостерігаються та фіксуються (наприклад, чисельність професійних і самодіяльних художників, кількість художніх салонів і галерей, музеїв образотворчих мистецтв, обсягів артринку, цін, доходів суб'єктів артіндустрії та ін.). В останні десятиліття економіку живопису все частіше розглядають в контексті формування та розвитку креативної економіки в аспекті відпочинку, хобі, розваги та самозайнятості населення. Як бачимо, смисловий зміст поняття економіки мистецтва неоднорідний і багатоаспектний, що потребує системного дослідження.

---

<sup>164</sup> Лагутін В. Д. Перспективи оновлення методології економічної науки у XXI столітті. *Теоретико-методологічні трансформації економічної науки у XXI ст.: перспективи нової парадигми*: матеріали Всеукр. наук. практ. конф. (Київ, 28-29 трав. 2019 р.). Київ: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2019. 344 с. С. 48.

### 3.2. Внесок мистецтва в економіку

Почнемо з того, що сьогодні економіка мистецтва – це складова економіки культури, що формується як сталий напрям в економічній науці, а конкретно економіка мистецтва трактується як сфера зацікавленості експертів, кураторів, галеристів. Через свою специфіку й відсутність спільних глибоких системних досліджень економістів і мистецтвознавців залишається безліч невирішених проблем навіть принципового характеру. Становище дещо ускладнюється ще й тим, що і самі діячі культури та мистецтва в багатьох випадках вважають, що їх творчість має вельми віддалений стосунок до економіки. Подібні погляди діячів культури на самих себе дозволили і дозволяють і досі розпорядникам фінансових коштів, у тому числі і державі, мінімізувати витрати на цю сферу, а самих творців і провідників культури залишати в статусі підлеглого. Ситуація часом складається таким чином, що, з одного боку, самі діячі культури не зважають на економічні закони, а економісти все ще досить мало займаються дослідженнями сфери культури і мистецтва як сферою економічної діяльності.

Почнемо з дослідження Джона Кейя<sup>165</sup>, метою якого було відобразити свій підхід до вимірювання економічної цінності спорту, туризму та мистецтва. Повідомляючи з гордістю про результат, автор сподівається переконати нас у тому, що спорт, туризм і мистецтво не тільки роблять життя кращим, а й здійснюють внесок у щось під назвою «економіка». «Ми повинні викинути з нашої пам'яті це широко розповсюджене поняття, що існує така річ, як «економіка», чудовисько за дверима, яке необхідно годувати та заспокоювати і цінності якого конфліктують з речами – такими як спорт, туризм і мистецтво, – що роблять наше життя приємним і вартим того, щоб жити. Діяльність, яка добра сама по собі, є доброю й для економіки, а діяльність, яка є поганою сама по собі, погана й для економіки. Єдиним зрозумілим значенням «вигоди для економіки» є внесок – прямий або непрямий, – який діяльність робить у добробут пересічних громадян».

Проте економіка – це наука, що підкреслює цінність і результативність конкретними цифрами, отриманими на основі відповідних розрахунків, що дозволяють обґрунтувати роль і внесок конкретних суб'єктів економічних відносин у розвиток країни, регіону, території. Як наочний приклад зупинимося на мистецтві і культурі США, які вносять

<sup>165</sup> Kay J. A good economist knows the true value of the arts. *Financial Times*. 10.08.2010. URL: <https://www.ft.com/content/2cbf4e04-a4b4-11df-8c9f-00144feabdc0>

у національну економіку США 804 млрд дол., що складає 4% ВВП, а це більше, ніж вносять будівництво, транспорт і сільське господарство (згідно з даними, наведеними у звіті «Допоміжний розрахунок мистецтва і культурної продукції» (ACPSA), підготовленому Бюро економічного аналізу США і Національним фондом мистецтв)<sup>166</sup>. Документ охоплює період з 2013 по 2016 рр. і доводить, що мистецтво – стабільний і потужний двигун американської економіки: реальний внесок склав 674 млрд дол. у 2013 р., 677 млрд дол. у 2014 р., 710 млрд дол. у 2015 р. і, як уже згадувалося, 804 млрд дол. у 2016 р. Середньорічні темпи зростання у сфері культури і мистецтва в 2014-2016 рр. склали 4,2%, тоді як середні темпи зростання американської економіки оцінюються в 2,2%. Експорт фільмів, телепрограм, відеоігор та іншої продукції художнього і культурного призначення сприяв появі у 2016 р. позитивного сальдо торгового балансу на ці послуги у розмірі 25 млрд дол. У сфері мистецтва і культури працює понад 5 млн американців. Звіт був надрукований наступного дня після того, як адміністрація Дональда Трампа оприлюднила оновлену інформацію до проекту бюджету на 2020 р., що передбачав ліквідацію Національного фонду культури (NEA) разом з деякими іншими держустановами, що безпосередньо стосуються сфери культури і мистецтва. Основним аргументом для прийняття рішення про ліквідацію зазначених державних структур стала, на думку адміністрації США, несуттєвість ролі мистецтва в економічному зростанні країни: мистецтво не приносить достатньої економічної користі, отже не варто витрачати на нього бюджетні кошти.

Слід зазначити, що в деяких країнах також здійснюються спроби підрахувати внесок мистецтва в національну економіку, хоч і не існує універсальної методики щодо того, яким чином проводити розрахунки і які конкретно види економічної діяльності зараховувати до мистецтва. Так, згідно зі звітом Ради Англії у справах мистецтва за 2017 р., валова додана вартість ринкового сегменту мистецтва збільшувалася в середньому на 4,7% в рік (у 2014-2015 рр.) і склала 20,5 млрд дол. США у 2015 р. З них 10,6 млрд дол. США так зване «приватне мистецтво» і 2,6 млрд дол. США – так зване «неринкове мистецтво». Ураховуючи мультиплікатор впливу культурного сектору на економіку, загальний дохід від мистецтва перевищив 30 млрд дол.

<sup>166</sup> The U. S. Arts and Cultural Production Satellite Account (1998-2016): A National Summary. *National Endowment for the Arts*. 2016. URL: [https://www.arts.gov/sites/default/files/BEA2019\\_Final\\_National\\_Summary\\_Report.pdf](https://www.arts.gov/sites/default/files/BEA2019_Final_National_Summary_Report.pdf)

В Австралії розподіляють культуру і мистецтво як окремі статистичні категорії. Так, внесок культури в австралійську економіку склав 50 млрд дол. США (4% ВВП), мистецтва – 4,2 млрд дол. США (0,3%). Водночас урядові витрати на культуру і мистецтво склали 7 млрд дол. США і 1,3 млрд дол. США відповідно. У 2014 р. міністерство фінансів спільно з міністерством культури Франції уперше спробувало встановити зв'язок між мистецтвом і економікою: без урахування туризму мистецтво і культура склали 3,2% ВВП Франції (близько 78 млрд дол. США). Європейська комісія в секторальному звіті Culture Statistics 2016 edition за 2011-2014 рр. взагалі не вказує дані внеску мистецтва і культури в економіку ЄС, хоча й наводить кілька економічних показників: кількість зайнятих у секторі за підсумками 2014 р. – 6,2 млн осіб (2,9% від усіх зайнятих у 28 країнах-членах ЄС); кількість підприємств, що працюють в артіндустрії, – 676,4 тис., їх загальний річний обіг – 300,4 млрд євро (на кінець 2013 р.)<sup>167</sup>.

Сьогодні на суспільне життя все більший вплив здійснює візуалізація, створюючи і відтворюючи різні образи. За експертними оцінками, глобальна індустрія візуальних мистецтв є одним з найбільших креативних напрямів за обсягом і абсолютним лідером за кількістю створених робочих місць. Так, за оцінками міжнародної аналітичної компанії Ernst & Young, обсяг світової індустрії візуальних мистецтв склав 391 млрд дол. США в 2013 р. Важливою складовою сектору візуальної культури є традиційні і цифрові образотворчі мистецтва: живопис, графіка, скульптура, фотографія. Ринок продуктів індустрії образотворчих мистецтв (артринок) – один з найбільш специфічних у світі і суттєво відрізняється від галузевих секторів. Що стосується експортного потенціалу індустрії візуальних мистецтв, включаючи образотворчі мистецтва, то за даними ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку) від 2012 р., у загальному обсязі світового експорту продукції основних креативних індустрій (за винятком відеоігор і розробки програм) частка візуальних мистецтв складала 8%. Водночас дизайн (включені всі дизайн-напрями), що є складовою частиною візуальних мистецтв, виокремлено в окремий сегмент через високу питому вагу – 60%. Це пояснюється високим попитом на предмети дизайну в усьому світі і можливістю промислового тиражування таких об'єктів. Без урахування дизайнерського сегмента показник візуальних мистецтв є одним з найвищих по сектору.

<sup>167</sup> Искусство и длинный доллар. Сколько Голливудов в ВВП США. *Economica.com.ua*. 15.07.2019. URL: <http://economica.com.ua/article/77741564.html>

Важливо зазначити про вплив артринку на глобальну економіку, який проявляється не тільки в розмірі отриманих доходів. Ринок предметів мистецтва по всьому світу робить значний внесок у підтримку зайнятості, заснованої на професійних знаннях, і розвиток низки високоприбуткових допоміжних галузей, а також генерує податкові надходження. Крім того, він приваблює туристів, створює позитивний імідж країни і сприяє розвитку національної самосвідомості. Світовий артринк забезпечує роботою приблизно 3 млн осіб, а витрати, пов'язані з функціонуванням артринку, в 2017 р. склали 19,6 млрд дол. США<sup>168</sup>.

### 3.3. Ринок мистецтва

У науковому дискурсі знаходимо, що ринок мистецтва західного світу веде відлік приблизно з другої половини XIX століття, тобто з того моменту, коли у мистецтва змінився основний замовник. Якщо раніше воно здебільшого створювалося для церкви або двору монарха, то тепер ним стали прикрашати приватні будинки. Причому все більше покупців хотіли вибрати з уже готових творів, а не вкладатися в індивідуальне замовлення. Так з'явилися салон, галерея, ярмарок – місця показу і продажу готових предметів мистецтва. Еволюція розвитку ринку витворів мистецтва показує, що якщо для XIX ст. ситуація приблизно однакова, то майже все XX ст. на теренах колишнього соціалістичного простору єдиним офіційним замовником була держава, а відкритий ринок мистецтва з'явився – у кінці 1980 рр.

Особливий стан художнього ринку (ринку витворів мистецтва, артринку) в економічній системі суспільства визначається низкою чинників. На відміну від ринку споживчих товарів, орієнтованого на серійність, стандартизовану масовість виробництва, художній ринок характеризується індивідуальністю, унікальністю, оригінальністю, ексклюзивністю твору. Якщо споживчому ринку властива, як правило, пряма залежність між обсягом інвестицій і зростанням виробництва, то на художньому ринку такої залежності не спостерігається. Процес виробництва споживчих товарів організовується і керується на основі економічних інструментів, а на розвиток художнього ринку значний вплив здійснюють позаекономічні чинники: культурно-політичні, художньо-естетичні, морально-етичні. Проте в умовах посиленої дії глобалізованої економіки спостерігається все більше проникнення

<sup>168</sup> McAndrew C. The Art Market 2018. *Art Basel and UBS Report. Art Basel & UBS*. 2018. 347 p.

економічних мотивів поведінки в процес створення витвору мистецтва. Звичайно, вони не є товарами першої необхідності, а розглядаються більше як інвестиційні предмети. Для їх оцінки важлива наявність «провенансу» (історії «буття» – звідки твір походить, хто його творець, де експонувався і на яких умовах, чи є репродукції, чи згадувався в газетах і журналах і т.ін.). Вирішальне значення мають експертиза, атрибуція, реставрація, але не трудомісткість. Однак кінцева ціна визначається ринком. З тієї міти, як мистецтво стало товаром, його естетична цінність зливається з комерційною, і розділити їх можна тільки умовно<sup>169</sup>.

Принципову відмінність між сферою мистецтва та матеріальним виробництвом можна побачити на прикладі, наведеному фундаторами економіки культури як науки, американськими ученими В. Баумолем і В. Боуеном: якщо є безліч способів знизити витрати праці на виготовлення автомобіля, то нікому ще не вдавалось придумати, як, виконуючи 45-хвилинний квартет Шуберта, витратити менше трьох людино-годин<sup>170</sup>. Вважається, що здебільшого не творчі інтелектуально-духовні продукти як надбання культури, ані тим більше їх творці не можуть бути предметом купівлі-продажу. Водночас, не маючи мінової вартості, вказані продукти можуть побічно впливати на «цінову премію», яка виплачується споживачами продукції сфери культури і мистецтва за ім'я творця (художника, композитора або виконавця), за широку популярність їх творчості («бренд»). Популярне ім'я вже саме по собі привертає увагу споживачів продукції культури і послуг у цій сфері, що і забезпечує їх «продавцям» «високу цінність, дохід і довгострокове зростання»<sup>171</sup>. Крім того, з іншого боку, творчість у культурі і мистецтві з економічної точки зору, попри існування деяких методичних підходів, практично не піддається кількісному і статистичному виміру.

Отже, з позицій економічної теорії, для того, щоб виник ринок, витвори мистецтва мають задовольняти попит, що відображає запити суспільства, які складаються у результаті формування відповідного типу свідомості. У цьому контексті показовою є доля Рембрандта, «який

<sup>169</sup> Денисов Б. А. К экономическим критериям ценности произведений изобразительного искусства. *Российский экономический журнал*. 1995. №4. С. 106.

<sup>170</sup> Baumol W. J., Bowen W. G. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. N. Y.: The Twentieth Century Fund, 1966.

<sup>171</sup> Виленский В. К проблематике бренда (торговой марки) в сфере исполнительских искусств. *Сборник аспиранта ГИИ*. М., 2003. С. 294-301.



в молоді роки задовольняв смаки голландських буржуа, а досягнувши величч, став занадто складний для існування на вторинному ринку. Ринок голландського живопису XVII ст. можна вважати прообразом ринку сьогоднішнього: сотні художників набули тисячі замовників тому, що зрозуміли (частково і спроектували) суспільну свідомість. Бюргери захотіли побачити себе зафіксованими на полотнах – подібно до того, як раніше малювали героїв і королів. Марнославство глядачів було утішене тим, що непоказний ландшафт, дещо вульгарний достаток, вульгарний побут увічнені на правах міфологічних сюжетів. Не античні герої, та і не прагнемо, адже як добре живемо – затишно, гідно»<sup>172</sup>.

Цікавими слід визнати філософські роздуми Т. Адорно, який вказує на існування двох полюсів змін мистецтва. По-перше, потрапляючи в жерло культурної індустрії, твір перетворюється в один з товарів. По-друге, цей процес стає засобом прояву психології свого власника, тобто інструментом соціалізації та самоідентифікації. «Твір мистецтва і стає твором мистецтва саме завдяки створенню ... власної трансцендентності (філософський термін, що характеризує те, що принципово недоступне дослідному пізнанню або не ґрунтується на досліді)»<sup>173</sup>. Твір мистецтва як товар і форма власності не здатний створити трансцендентність хоча б тому, що саме його призначення зводиться до служіння в товарній формі в ролі еквівалента мінової вартості. У момент споживання твір мистецтва одночасно відчужується від споживача за своєю суттю і відтепер належить власнику, який боїться його втратити. Твір мистецтва перетворюється у власність і відчужує від себе свою сутність – з художнього предмета стає артефактом. Пройшовши цілу низку перетворень, твір мистецтва як форма власності постає в фетишистській свідомості як «якесь надбання, капітал, який заслуговує на те, щоб ним володіли, і якому протилежна рефлексія»<sup>174</sup>.

Інший обов'язковий економічний атрибут ринку – його *структура*. Слід зазначити, що універсальною класифікацією для художнього ринку будь-якої країни визнано групування, запропоноване провідним експертом ЮНЕСКО з питань культури і мистецтва професором Д. Тросбі. Дослідження показують, що структура ринків витворів мистецтва зазвичай становить собою низку ієрархічно пов'язаних

<sup>172</sup> Суминова Т. М. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства: монография. М.: Академический проект, 2017. С. 40.

<sup>173</sup> Адорно Т. В. Эстетическая теория / [пер. с нем. А. В. Дранова]. М.: Республика, 2001. 527 с. (Философия искусства).

<sup>174</sup> Там само.

підрівнів, щодо яких кар'єра художника виглядає як послідовний перехід від нижчих східців до вищих. Своєю чергою, покупці намагаються передбачити, який з художників з найбільшою вірогідністю буде здатний здійснити цей перехід в очікуванні того, що ціни на його роботи істотно зростуть<sup>175</sup>. На «первинному» ринку окремі художники пропонують власні роботи галереям, місцевим виставкам, дрібним дилерам і приватним колекціонерам: цей ринок істотно децентралізований. «Вторинний» ринок зосереджений навколо великих міст-центрів мистецтв, таких як Лондон, Нью-Йорк і Париж. Його учасники – досить відомі художники, які зуміли вийти на цей рівень, респектабельні галеристи, державні музеї і приватні колекціонери. Вищий рівень є міжнародним ринком витворів мистецтва, інституціональною основою якого слугують аукціони зі світовим ім'ям.

Як показують спостереження, структура ринку змінюється від рівня до рівня. Так, первинний ринок вважається відносно конкурентним, зокрема, пропозиція з боку художників-початківців істотно перевищує попит, що утримує ціни на досить низькому рівні. Попри те, що професійні художники витрачають значні зусилля, засоби і час на розвиток своїх навичок (інвестують у свій людський капітал), їм бракує організаційних механізмів для підтвердження власної репутації в очах покупців. На вторинному ринку і пропозиція, і попит більш збалансовані. На кожному окремо взятому географічному сегменті ринку одночасно є присутньою лише невелика кількість художників. Внаслідок того, що середня ціна роботи досить висока, а комерційний успіх відчутно залежить від здатності професійно оцінити культурну цінність роботи та подальші ринкові перспективи автора, число як індивідуальних, так і інституціональних покупців також обмежене. Посередники, що діють на вторинному ринку (дилери, галереї) мають значні інструменти ринкової влади, і дуже часто, наприклад, умови контракту з художником включають обов'язок останнього погоджувати будь-яку виставку його робіт з галереєю і передачу галереї ексклюзивних прав на продаж його робіт. Тенденцію до зростання концентрації ринку посилює і те, що галереї і дилери, що мають справу з найбільш успішними художниками, привертають до себе все більшу увагу як покупців, так і інших художників. Ці потужні гравці можуть

<sup>175</sup> Baumol W. J. Unnatural Value: Or Art Investment as Floating Grap Game. *American Economic Review*. 1986. Vol. 76. No. 2. Pp. 10-14; Singer L. P. The Utility of Art versus Fair Bets in the Investment Markets. *Journal of Cultural Economics*. 1990. No. 14. Pp. 1-13.

здійснювати істотний вплив на репутацію художника а, значить, на очікувану майбутню цінність його робіт<sup>176</sup>.

З позицій економічної теорії, важливо також розуміти сутність чинників, які впливають на попит, а тим самим і на ціни продуктів сфери мистецтва. Безумовно, істотним чинником, що впливає на вибір покупця, є сама ціна на продукти творчої праці. Серед інших чинників: а) *доходи покупця*: зазвичай попит на товари повсякденного користування піднімається із зростанням доходу і навпаки, так само і на ринку товарів культурного призначення. І хоча послуги сфери культури не є первинними потребами людини, проте, за класичними економічними твердженнями, коли зростають доходи сім'ї, зростає і попит на задоволення культурних потреб, на продукти сфери мистецтва. Це спостерігається як в короткостроковому, так і довгостроковому періодах. Крім того, предмети мистецтва вважаються надійними і вигідними об'єктами для інвестування коштів, що є доцільним при зростанні доходів і утворенні відносних надлишків готівки; б) *смаки і переваги покупця* – чинники, що безпосередньо впливають на попит продукції творчої праці. Так, одні покупці колекціонують картини давніх, а хтось сучасних майстрів. З точки зору економіки, не завжди можна визначити, чим вмотивований споживач у своїх перевагах. Вважається, що інтерес і смак до предметів мистецтва є надбаним, він виховується і формується тільки під час спілкування зі світом художньої творчості і для того, щоб він сформувався, потрібний постійний досвід, який накопичується упродовж тривалого часу. Тому щоб стимулювати споживання культурних благ, вони мають бути доступними для споживачів, а це, безперечно, пов'язано з цінами на продукцію творчої діяльності; в) *ціни товарів-замінників* – майже кожен товар має свій субститут (замінник), попит на який залежить не лише від його ціни, але і від ціни товару-субституту. Дослідження показують, що коли два товари є субститутами, то залежність цін на один товар і попит на інший завжди позитивний; г) *інвестування відносно вільних коштів, щоб уникнути їх знецінення* – тобто надійне вкладення капіталу задля його збереження, а, можливо, і подальшого примноження. Для цього в художніх галереях і на аукціонах утримуються картини, скульптури, ювелірні прикраси та інші твори мистецтва і документи, що мають велику художню та історичну цінність; д) *задоволення власних естетичних потреб і престиж* вважається одним з досить серйозних

<sup>176</sup> Singer L. P. Rivalry and externalities in secondary art markets. *Journal of Cultural Economics*. 1981. No. 5. Pp. 1-13.

і поширених мотивів, яким керуються, зокрема, колекціонери, знавці мистецтва. «Питання про прояв бажання купити витвір мистецтва упирається в проблему споживання *символічного капіталу*, який переслідує, з одного боку, цілі престижу, входячи в розряд моди, соціального маркування, а з другого боку – цілі «самоздійснення» інтелекту і його відповідності універсальній ментальності, закріпленої в картині»<sup>177</sup>.

«Чи подобається мені твір?» – залежить не тільки від наших особистих переваг, але і від художнього смаку широких кіл суспільства, а він постійно змінюється. У різні історичні епохи глядачі вимагають від мистецтва абсолютно різного змісту, і тому сюжети і стилі наступні покоління можуть оцінювати абсолютно по-різному, зокрема і в грошовому еквіваленті. Однак, попри постійну мінливість попиту, певні сюжети і стилі цілком очікувано продаються краще за інших... причини, за якими одне продається, а інше ні, бувають дуже дивні і таємничі, але частіше настільки грубі і примітивні, що просто острах бере<sup>178</sup>.

Зазначене вище дозволяє констатувати, що мотиви придбання продуктів живопису мають здебільшого нематеріальний характер і безпосередньо не пов'язані з задоволенням матеріальних потреб людини. Це сфера духовних, естетичних потреб і у міру інтелектуального і духовного розвитку суспільства ці потреби тільки зростатимуть. Їх ще називають чинниками усвідомленого характеру. Але існують й інші механізми ухвалення рішень про покупки, що також впливають на становлення цін. Зокрема, відомий данський дослідник і один з видатних фахівців у сфері маркетингу Мартін Ліндстром описує експерименти (за допомогою МРТ (функціональна магнітно-резонансна томографія) і ТКЕАМ (топографічне картирування електричної активності мозку), які проводили учені за його участю, що торкалися передусім поведінки споживачів стосовно придбання звичайних товарів і фіксували момент аудіо-візуального сприйняття певних товарів, широко відомих брендів і навіть релігійних символів. Головний висновок учених – це своєрідний психосоматичний процес, що відбувається певною мірою на підсвідомому рівні, під час якого виникає так звана «неусвідомлена емоція». М. Ліндстром у зв'язку з цим

<sup>177</sup> Суворов Н. Галерейное дело. *Искусство в пространстве галереи*. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. С. 64-65.

<sup>178</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

зазначає: «Нерідко вибір покупця ґрунтується на надбаних упродовж життя асоціаціях, як позитивних, так і негативних, про які покупець, як правило, не підозрює»<sup>179</sup>. Дослідники вказують, що навіть ритуали, забобони, релігія, впливають на наші думки у момент здійснення покупок. Таким чином, процеси, що відбуваються на підсвідомому рівні, безперечно впливають на поведінку людини під час ухвалення рішення про купівлю найрізноманітніших товарів, зокрема і тих з них, що належать до продуктів художньої творчості.

У найбільш загальних рисах можна стверджувати, що грошова оцінка цінності витворів мистецтва формується за участю різних за природою і характером груп чинників<sup>180</sup>, що визначають стабільну статистичну залежність ціни картини від розміру, техніки виконання і обставин, що встановлюють її рідкість (приналежність художника до певного стилістичного напрямку, кількість наявних копій картини). На відміну від такого параметра, як «естетична якість», ці так звані «утилітарні» характеристики тісно корелюють з витратами виробництва культурних благ (розмір, техніка виконання, матеріал), величиною їх пропозиції або рідкістю (рідкість відіграє надзвичайно важливу роль в оцінці витворів мистецтва, оскільки вона слугує ознакою соціального статусу власника і становить інтерес як для знавців і поціновувачів мистецтва, так і просто для представників еліти. Проте є підстави вважати, що для останніх витвори мистецтва все ж більшою мірою є інвестиційними благами).

Окрім того, обов'язково враховується *втілена в об'єкті «культурна цінність»*, яку прийнято розглядати як таке, що полягає в естетичних, художніх або інших культурних властивостях самого об'єкта. Цей підхід типологічно схожий з теоріями «природної» або «справедливої» ціни в класичній політекономії. Однак слід зазначити, що останніми десятиліттями він поступово витісняється характерним для пост-модернізму релятивістським підходом (*релятивізм* (від лат. *relativus* – відносний) – методологічний принцип, який полягає у метафізичній абсолютизації відносності і умовності змісту пізнання), що розширює сферу об'єктів, наділених культурною цінністю, але що так і не дав яких-небудь альтернативних критеріїв її виявлення і оцінки. Водночас Девід Тросбі у своїй класичній праці пропонує методичний підхід

<sup>179</sup> Линдстром М. *Buyology. Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя*. М.: ЭКСМО, 2011. С. 145.

<sup>180</sup> Rengers M., Veldhuis O. Determinants of Prices for Contemporary Art in Dutch Galleries, 1992-1998. *Journal of Cultural Economics*. 2002. Vol. 26. No. 1. Pp. 1-28.

до оцінювання культурної цінності, відокремлюючи її естетичні аспекти від соціальних. До перших він відносить *естетичну* (краса, гармонія, форма) і символічну (ідеї, почуття і враження, які індивід може прочитати в об'єкті) цінність, а до других – *духовну* (значущість об'єкта для членів культурного співтовариства), *соціальну* (формування у людини усвідомлення природи свого суспільства і його місця в ньому), *історичну* (здатність об'єкта відобразити спосіб життя людей під час його створення і покращувати розуміння людьми свого сьогодення через зв'язок з минулим) і цінність *достовірності* об'єкта<sup>181</sup>.

Серед актуальних проблем дослідження аспектів культурної цінності для економістів залишається достовірність і пов'язані з нею проблеми копіювання та підробок. Дослідження показують, що історики мистецтва і юристи одноставні у своєму несприйнятті копіювання і пояснюють це ідеологічною позицією, зокрема: (1) копіювання безглузде і навіть шкідливе, оскільки не передає унікальну «ауру» об'єкта<sup>182</sup>; (2) копіювання порушує права інтелектуальної власності автора роботи і є шахрайством щодо споживача. Водночас це питання так і не знайшло вирішення: у багатьох випадках глядач вже не в змозі відрізнити оригінал від копії, щобільше, це не завжди вдається зробити навіть за допомогою технічних засобів. Зокрема, у деяких з найбільш знаменитих витворів мистецтва виділити те, що залишилося від первинного твору після всіляких копій, змін і оновлень, стало вкрай складно (як приклади наведемо ситуації з наявністю численних копій *Мони Лізи*, чотири з яких, можливо, належать самому Леонардо; його ж знамениту *Таємну Вечерю* в Мілані, що неодноразово реставрувалася і частково відновлена. Ці копії і підробки вже стали рівноправною частиною історії своїх оригіналів).

Проте існує й інша думка: з економічної точки зору копіювання породжує, принаймні, *три позитивні ефекти*: по-перше, поява копій і підробок означає, що оригінал має попит; копії роблять йому своєрідну рекламу (якщо копіювання легальне, автор може отримувати відрахування від продажу копій (це найактуальніше для композиторів і навіть, якщо копії нелегальні, вони відіграють роль реклами, популяризуючи автора початкових робіт і підвищуючи ціну його майбутніх творів); *по-друге*, копіювання є надзвичайно

<sup>181</sup> Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. Pp. 26-31.

<sup>182</sup> Benjamin W. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt a.M.: Surkamp, 1963.

важливим методом навчання, наприклад для художників-початківців, а також дозволяє експертам і найбільш досвідченій частині публіки вдосконалювати свою кваліфікацію; *по-третє*, цитування та інтерпретація є невід'ємними складовими художньої творчості, що в підсумку збагачує світову культуру.

Водночас, природно, що з практичної точки зору копіювання і підробки породжують негативні наслідки для ринку. Передусім з точки зору попиту число копій і підробок збільшує невизначеність для інвесторів, які очікують, що в майбутньому ціна придбаного ними твору буде зростати, а у разі, якщо придбана робота виявиться копією, ціна впаде. Одна з основних причин – у частині культурної цінності роботи – копія, порівняно з оригіналом, позбавлена частини історичної і духовної цінності, оскільки під час її створення не мав місця або був порушений так званий *«ритуал творчості»*, що має для людей окрему цінність.

Безперечно, погоджуємося з думками тих експертів, які вважають, що невизначеність з економічної точки зору збільшує трансакційні витрати покупки, пов'язані з засвідченням достовірності твору. На ринку існують продавці, які не зацікавлені в тому, щоб ризикувати своєю сталою репутацією, наприклад великі аукціонні будинки, що спеціалізуються на якісній перевірці достовірності робіт. Можливі наслідки помилки під час оцінювання достовірності також можуть бути обумовлені в контракті між покупцем і продавцем. З боку пропозиції, копіювання знижує прибутковість творчої активності. Проте на ранній стадії кар'єри, коли творчий потенціал проявляється найяскравіше, мотивація художників часто є внутрішньою («мистецтво заради мистецтва»), і деяке зниження ціни робіт внаслідок копіювання не завжди буде критичним для їх пропозиції. Практика показує, що гроші набувають більшого значення на пізніх стадіях кар'єри, коли в роботах художника, за рідкісними виключеннями, майстерність починає переважати над творчістю. Проте загалом малоймовірно, що високий дохід є ефективним засобом систематичної підтримки творчості, і в цьому контексті доцільність забезпечувати цей дохід спадкоємцям художника після його смерті може бути поставлена під сумнів.

Чинники, що належать до попиту на витвори мистецтва в ролі активу (наприклад, витвори образотворчого мистецтва мають властивості, характерні капітальним активам, зберігаючи і збільшуючи свою вартість з часом) найбільш реальні з економічної точки зору, оскільки дані щодо аукціонних продажів відносно доступні, і тому це питання близьке до положень предметної галузі економічної науки, зокрема



в частині визначення норми прибутку по вкладеннях у витвори мистецтва. Так, емпіричні дослідження показують, що середня норма прибутку на вторинному (галереї) і третинному (великі аукціони) ринках витворів мистецтва значно менше, ніж норми прибутку в галузях з такою ж мірою ризику. Наприклад, ще в середині 1980 рр. ХХ ст. Вільям Баумоль<sup>183</sup>, користуючись базою даних про продажі творів живопису за понад 300 років, розрахував, що реальна норма прибутку по середньостатистичному вкладенню в картини, перепродані два або більше разів за період з 1652 р. по 1961 р., склала 0,6%. Для порівняння, реальна норма дохідності по практично безризикових облігаціях британського уряду за той же період склала 2,5%. Ранжування даних по часовому проміжку між продажами показало, що значний прибуток або збиток можуть бути отримані тільки на відносно короткому часовому інтервалі, у довгостроковому ж періоді норма дохідності прагне до нуля.

Джон Стейн<sup>184</sup> провів подібне дослідження для періоду з 1946 р. по 1968 р., оцінивши номінальний приріст вартості картин в 10,5% за рік, проти 14,3% річного прибутку від спекуляцій на фондовому ринку. Він також виявив, що вартість творів живопису, усупереч поширеній думці, змінюється в руслі загальних для фондового ринку тенденцій (чи проциклічно, що означає неможливість формування безризикового портфеля з картин і цінних паперів), а несистематичний ризик по цих вкладеннях досить високий. Цей висновок підтверджує і Олів'є Шанель<sup>185</sup>, який, досліджуючи можливість арбітражу (арбітраж – операція з одночасного придбання і продажу одного або кількох активів на різних ринках, що приносить безризиковий прибуток за рахунок різниці наявних на цих ринках цін) між фінансовим ринком і ринком витворів мистецтва за даними Майєровського компендіуму (25 300 трансакцій з роботами 82 відомих художників, 1963-1993 рр.) та індексам Standard&Poor's, F.T. Actuaries, Nikkei і I.N.S.E.E., виявив, що ринок витворів мистецтва наслідував загальні тенденції на фондових ринках з відставанням (лагом) від одного до чотирьох кварталів без систематичних відхилень, до того ж рухи на американському, англійському і японському фондових ринках слугували причиною

<sup>183</sup> Baumol W. J. Unnatural Value: Or Art Investment as Floating Grap Game. *American Economic Review*. 1986. Vol. 76. No. 2. Pp. 10-14.

<sup>184</sup> Stein J. P. The Monetary Appreciation of Paintings. *Journal of Political Economy*. 1977. No. 5(85). Pp. 1021-1035.

<sup>185</sup> Chanel O. Is Art Market Behaviour Predictable? *European Economic Review*. 1995. № 39 (3-4). Pp. 519-527.

рухів на ринку витворів мистецтва, але не навпаки. Більшість авторів звертають увагу на те, що розкид у прирості вартості витворів мистецтва значно перевищує такий для фінансових активів, і майже усі пропонують трактувати скореговану на ризик різницю між середньою дохідністю від вкладень у витвори мистецтва та інші активи як міру споживчої цінності, яку приносить витвір мистецтва своєму власникові.

Безумовно, до результатів досліджень норми дохідності по вкладеннях у витвори мистецтва у кількісному виразі слід ставитися дуже обережно, щонайменше через те, що аукціонні ціни, які використовуються в аналізі, характеризують тільки частину всього ринку і практично жодна робота не враховує істотних для цього ринку трансакційних витрат<sup>186</sup>. Крім того, поведінка учасників ринку систематично відхиляється від пропонованого класичними економічними теоріями раціонального вибору і порушує передумову максимізації суб'єктивної очікуваної корисності. Приватні колекціонери схильні до сильного впливу «ефекту володіння» і нерационально сприймають беззворотні витрати (sunk costs — витрати, які не можуть бути покриті при відмові від угоди (бізнесу, проєкту), з якою вони були пов'язані), і альтернативні витрати. Корпоративне колекціонування також частіше актуалізується швидше особистими, не пов'язаними з прибутком фірми, інтересами її топ-менеджерів, а поведінка музеїв характеризується цілою низкою інституціональних змін.

Таким чином, для економічного аналізу поведінки агентів на ринку витворів мистецтва потрібно розмежовувати ті властивості об'єкта, які характеризують його як предмет декору або благо поточного споживання (передусім це властивості естетичні), і ті, які характеризують його як актив. Водночас культурне споживання індивіда демонструє очевидний «ефект залежності від шляху розвитку» (path dependence). Також важливе місце займає *репутація художника*. Вона істотно корелює з очікуваною дохідністю твору і водночас є показником думки людей про його переваги як власника витвору мистецтва, предмета декору і носія культурної цінності.

Залежно від того, чи переважають серед учасників ринку споживчі або ж інвестиційні мотиви, попит на витвори мистецтва може по-різному реагувати на зміну таких параметрів, як рівень невизначеності, трансакційні витрати, зміни в оподаткуванні і державному регулюванні ринку. Так, зростання невизначеності і трансакційних витрат, що

<sup>186</sup> Frey B. S., Eichenberger R. On the rate of return in the art market. Survey and evaluation. *European Economic Review*. 1995. № 39. Pp. 528-537.

неоднозначно сприймається агентами на ринку, здійснює менший вплив на колекціонерів, оскільки задоволення, заради якого вони хочуть придбати і тримають у себе витвори мистецтва, не залежить від коливань їх теперішньої і майбутньої ринкової оцінки, а майбутнього перепродажу свого придбання вони не планують. Загалом, чим більше на ринку покупців, поведінка яких спричинена внутрішніми мотивами, тим нижче рівноважний рівень дохідності. І навпаки, домінування на ринку «чистих спекулянтів» призводить до зрівнювання чистої середньої норми фінансової дохідності між інвестиціями у витвори мистецтва та іншими активами.

Попит на предмети мистецтва може змінюватися з часом залежно від жанру. Наприклад, портрети на момент свого написання зазвичай становлять незначний інтерес для покупця (за виключенням безпосереднього замовника і близьких йому людей). Згодом, якщо художник набуває популярності, жанр картини втрачає значення. Зміни суспільних смаків, наприклад незадовільне ставлення до релігійних сюжетів, пов'язаних з мучеництвом, батальних полотен або натюрмортів із зображенням вбитої дичини, що не є з певних причин політично коректними, витісняють з ринку приватних колекціонерів і приводять до домінування на ньому колекціонерів інституціональних – музеїв, чий інтерес перебуває переважно в площині історії мистецтва. Активність же спекулянтів у подібних випадках зростає лише тоді, коли вони можуть передбачати зміни смаків, що буває вкрай складно зробити<sup>187</sup>.

Свого часу у відомій монографії А. Моля «Соціодинаміка культури»<sup>188</sup> була зроблена спроба дослідити чинники собівартості інтелектуальної продукції. Так, серед зазначених чинників були виділені такі: (1) період дозрівання задуму, який розпадається на дві частини: період виношування ідеї і період її дозрівання; (2) час формулювання, тобто час, необхідний на перше втілення ідеї або творчого задуму; (3) час явного формулювання; (4) період «упаковки» (поняття «упаковки», або «оформлення» ідеї є виключно важливим для будь-якої сфери творчості, що має справу зі знаками (усні і письмові тексти, математичні викладення, система умовних позначень, редакційна робота)); (5) час

<sup>187</sup> Автономов Ю. В. Взгляд на искусство через призму экономической теории. *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2003/6/vzglyad-na-iskusstvo-cherez-prizmu-ekonomicheskoy-teorii.html>

<sup>188</sup> Моль А. Социодинамика культуры / пер. с фр.; [предисл. Б. В. Бирюкова]. Изд. 3-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 416 с.

конкретизації, редакції; (6) час оформлення, стандартизації, виправлення; (7) час введення в громадську сферу. А. Моль робить головний висновок, згідно з яким «вартість ідеї можна виразити через час її виношування, скориставшись відповідними статистичними даними». Проте тут же він стверджує, що не слід ставити занадто великі вимоги до точності цих даних. А. Моль зазначав, що популярність автора залишається однією з найбільш надійних гарантій доброякісності оригінальних цінностей, що є серйозною філософською і соціальною проблемою.

Тепер стосовно центрального атрибуту художнього ринку – ціни. «Ціна<sup>189</sup> є міра цінності речей, а цінність є міра корисності<sup>190</sup>. Тому досліджуючи художній ринок, на якому має місце специфічний продукт – витвори мистецтва, виникає необхідність доведення їх корисності, що вимагає чіткого методичного забезпечення.

Економічна теорія традиційно розглядала цінність у межах субстанціонального підходу: цінність визначалася через конкретну субстанцію, втілену в товарі<sup>191</sup>. К. Маркс виділяв особливу ціннісну субстанцію – праця людини, кількість якої, витрачена на виробництво якої-небудь речі, і призводить до появи цінності як мінової вартості. Це зробило можливим порівняння предметів, що не мають між собою нічого спільного, за винятком рівної кількості праці, витраченої на їх виробництво<sup>192</sup>. Проте марксистський підхід обмежується можливістю зіставлення лише двох практично альтернативних трудових витрат – простої і складної праці. Отже, економічне визначення цінності також є не зовсім однозначним при підході до такого специфічного товару, як витвори мистецтва. Виявляється, що існує достатньо можливостей пояснити джерела цінності в контексті дії економічних законів на ринку витворів мистецтва: придбання предметів мистецтва найчастіше здійснюється усупереч традиційним економічним підходам (зокрема, через те, що попит на художній продукт апіорі відстає від пропозиції, а внаслідок обмеженості накладу як основи товарної унікальності

<sup>189</sup> Колычева В. А. Цена и ценность рынка произведений искусства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2012. Вып. 3. С. 190-198.

<sup>190</sup> Say J. –B. A Treatise on Political Economy. New York: A. M. Kelly, 1971. URL: <http://books.google.ru/books>

<sup>191</sup> Mirowski P. Learning the Mining of Dollar: Conversation Principles and the Social Theory of Value in Economic Theory. *Social Research*. 1990. Vol. 57. No. 3. Pp. 689-717.

<sup>192</sup> Маркс К. Капітал. Критика політичної економії. Т. 1. Кн. 1. Процес виробництва капіталу. М.: Політвидав, 1973.

витворів мистецтва – об'єкт угоди сам знаходить собі покупця); з позицій принципу раціональної поведінки здатність продукту творчої діяльності задовольнити потреби учасника ринку може бути оцінена лише суб'єктивно; не підлягає виконанню і постулат досконалої конкуренції серед творчих працівників – талант унікальний.

Окрім того, практика роботи художнього ринку доводить, що мотиви придбання витворів мистецтва прямо протилежні твердженням закону М. Госсена, згідно з яким з кожною новою порцією блага задоволення, що відчуваються, мають знижуватися (наприклад, пристрась до колекціонування); неможливо в точності визначити граничну корисність предметів мистецтва – з будь-яким доданим у колекцію твором ціна і цінність окремого витвору та зібрань загалом зростають<sup>193</sup>. Нарешті, витвори мистецтва прирівнюються до «товарів розкоші»<sup>194</sup>, що унеможлиблює класичний процес ціноутворення, посилаючись на недостатньо економічну природу таких продуктів, як витвори мистецтва. Саме в цьому й полягає парадокс: розрахунки ринку витворів мистецтва здійснюються грошима – найважливішим елементом суто економічного походження. Як зазначав П. Бурдьє: «На перший погляд здається парадоксальним, що саме у той момент, коли формується ринок витворів мистецтва, письменники і художники отримують можливість стверджувати у своїй творчості, що витвір мистецтва не зводиться до статусу простого товару, і таким чином доводити одиничність своєї практики»<sup>195</sup>.

Проте ціннісна методологія сьогодні не зникла і не втратила своєї значимості. Як наголошує Т. Артёмова, методологічну наступність зі спадщиною класичної політичної економії можна чітко спостерігати в працях А. Маршалла, Й. Шумпетера, Ф. Найта, Дж. Кейнса, П. Сраффи, Дж. Робінсон, Дж. Гелбрейта. Попри те, що ідеї, підходи, концепції цих та інших авторів сьогодні «приховані на задвірках» офіційно пануючої маржинальної доктрини і розглядаються тут як доповнення до теоретичної конструкції неокласичного синтезу, саме вони забезпечували справжні наукові дослідження та творчі «прориви»

<sup>193</sup> Винер Д. Концепция полезности в теории ценности и ее критики. *Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса*. Т. 1 / [под ред. В. М. Гальперина]. СПб.: Экономическая школа, 1999. С. 78-116.

<sup>194</sup> Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.

<sup>195</sup> Бурдьє П. Рынок символической продукции. *Вопросы социологии*. 1993. № 1/2. С. 49-62.

в економічній теорії протягом ХХ ст.<sup>196</sup>. Звичайно, що сьогодні для нас найбільш актуальними є дослідження, спрямовані на вивчення системи ціннісних орієнтирів в сучасному суспільстві в умовах глобалізації і міжкультурної комунікації, відкритого інформаційного світу. Розуміння цінностей і ціннісної динаміки пов'язане з можливостями екзистенціально-аксіологічного підходу, який у цьому випадку застосовується для вивчення традиційних і ліберальних цінностей.

Одним з найбільш значимих для аналізу цінностей людини і суспільства в межах різних держав вважається метод, розроблений Р. Інглехардом і К. Велцелом (Ronald Inglehart and Christian Welzel), що застосовується ними також і для складання відомої Карти культури (Inglehart Welzel – Cultural Map). З позиції цього методу виявляються два основні виміри кроскультурних цінностей, що переважають у світі: традиційні і секулярно-раціональні; цінності виживання і цінності самовираження<sup>197</sup>. Культурні цінності виявляються тісно взаємозв'язаними з екзистенцією особи, її уявленнями про самовираження в просторі культури. Орієнтир на секулярно-раціональні цінності викликає більше відчуття екзистенціальної безпеки. Так, європейські дослідники відзначають, що доки існує невизначеність і нестабільність у фізичній і економічній сферах, пов'язаних з безпекою, фізичне виживання матиме вищий пріоритет, ніж демократія. Якщо основні потреби у фізичній безпеці виконуються, усе більша увага приділяється цінностям самовираження, що переключається з пірамідою потреб А. Маслоу.

Зокрема, результати WVS (мережа учених у сфері соціальних наук, що вивчають ціннісні орієнтації та їх вплив на економічний і соціальний розвиток, якість життя і демократію) демонструють, що цінності самовираження надзвичайно важливі у становленні демократичних інститутів суспільства. З розгортанням постіндустріального суспільства зміна поколінь приводить до того, що цінності самовираження стають більш поширеними, а в країнах з авторитарними режимами все більше виявляється прагнення до політичної лібералізації.

<sup>196</sup> Артьомова Т. І. Ціннісні засади становлення релятивістської економічної науки. *Теоретико-методологічні трансформації економічної науки у ХХІ ст.: перспективи нової парадигми*: матеріали Всеукр. наук. практ. конф. (Київ, 28-29 трав. 2019 р.). Київ: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2019. 344 с.

<sup>197</sup> Inglehart R., Welzel Ch. *Modernization, cultural change, and democracy*. New York: Cambridge University Press, 2005. URL: [https://www.researchgate.net/publication/230557603\\_Modernization\\_Cultural\\_Change\\_and\\_Democracy\\_The\\_Human\\_Development\\_Sequence](https://www.researchgate.net/publication/230557603_Modernization_Cultural_Change_and_Democracy_The_Human_Development_Sequence)

Дослідження показують, що лише не так давно економічна наука на засадах міждисциплінарного підходу сформулювала принципи та сутність людиноцентричної парадигми економічного та суспільного розвитку, вихідними принципами якої стало розуміння того, що, по-перше, «пружина історичного розвитку – у методах гармонійного узгодження активності вільно діючих гуманітарних істот»; по-друге, «нова філософія історії, виступаючи універсально-цивілізаційною, позаетнічною, позакласовою ідеологією самостановлення гуманітарності, не має історичних меж»; по-третє, «цінність життя – у втіленні в ньому фундаментальних соціальних констант; гуманітарних абсолютів. Розмежування Істини та Добра породжує інструменталізм»; по-четверте, «вісь життя – у гідному просуванні до матеріальної та духовної розкнутості, повноти самореалізації через соціальний та екзистенціальний прогрес, сходження до гуманітарно високого»<sup>198</sup>.

Багатоаспектна сутність людини виражається в здатності до альтернативної самореалізації, до різновекторного пошуку ідентичності, який може включати і вектори саморуйнування. У цій альтернативності мистецтво є способом буття, у якому через реалізацію потенціалу людини виникають підстави, що відтворюються у вигляді ціннісних інваріантів, смислових констант. Мистецтво, як і культура загалом, дає можливість людині бути різною, не виходячи при цьому за межі культурного буття, не пересікаючи «критичний поріг», що розділяє людське і антилюдське. Людське життя з хаотичного потоку переводиться мистецтвом у «вагання, динамічну рівновагу»<sup>199</sup>. З позицій цивілізаційного підходу, людина ХХІ століття виявилася зануреною в поле хаосу, неоднозначності, невизначеності; у соціальному вимірі утворюються провали – «стирається» колективна пам'ять, зміни соціальних структур різко прискорюються і стають непередбачуваними. Життєвий шлях особи мовби все менше стає пов'язаним зі спадкоємністю поколінь. Очевидними підтвердженнями зазначених тенденцій в умовах розвитку суспільства останніх трьох десятиліть науковці називають феномени культурної травми, контркультури, культурної десоверенізації.

Водночас у центрі уваги політики, економіки, соціального розвитку в сучасних умовах – проблема людської свідомості як унікального феномену, динаміка, гнучкість і продуктивність розвитку якого

<sup>198</sup> Ильин В. В. Философия истории. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. 380 с.

<sup>199</sup> Людина в есенційних та екзистенційних вимірах / В. Г. Табачковський, А. М. Дондюк, Г. І. Шалашенко [та ін.]. Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди НАН України. К.: Наукова думка, 2004. 246 с.



здатні забезпечити людині так званий «адаптаційний фон» в умовах інформаційної революції і розвитку глобалізаційних процесів.

Констатуючи факт безумовної наявності в художніх творах особливої цінності, слід назвати і її очевидне джерело, що відрізняє предмет мистецтва від будь-якого іншого товару, – це об'єктивна неможливість його відтворення. Як відомо, у давнину правителі нерідко наказували відрубувати руки або виколувати очі архітекторам, щоб майстри не могли в майбутньому повторити своїх будівель. На сучасному ринку предметів мистецтва свого роду антагоністами невідтворних стають оцифровані твори, наприклад репродукції знаменитих картин. Сьогодні вони поставлені на потік і утворюють самостійні ринки. Водночас якого б високого споживчого попиту не мали репродукції, їх виробництво технічно нескінченне, тобто пропозиція легко зможе задовольнити будь-який попит. Полярне положення займають криві попиту і пропозиції під час продажу будь-якого з оригіналів. Нарешті на художньому ринку сама рідкість кожного з оригінальних творів невідтворна.

Водночас представник конструктивістського підходу М. Зіммель пропонує визначати поняття *цінності* не як безпосередню якість предмета, а як судження суб'єкта про об'єкт. Судження переходить у бажання мати (чи не мати) об'єкт. Будучи спочатку суб'єктивним, судження досягає певної об'єктивності в процесі обміну. З часом суспільство формує загальноприйняті пропорції обміну. Гроші задають остаточну об'єктивність, ціну і виражають її в кількісній формі. Ціна стає кінцевим масштабом, що визначає ті ж пропорції обміну<sup>200</sup>. Це твердження на прикладі пояснює Е. Дунаєв: «Скажімо, на аукціоні продається картина відомого художника і є колекціонер, готовий купити цю картину практично за будь-яку ціну. Він може підняти первинну ціну в 10, 20 і більше разів, але зрештою все одно купить цю картину. У цьому випадку ціна картини не відбиває вартості, а визначається унікальністю картини і суб'єктивною оцінкою колекціонера, що прагне придбати її. Можна, звичайно, віднести це до виняткового випадку – як сюжет з життя мільярдерів. Але і звичайним людям доводиться стикатися з подібними моментами. Знову суб'єктивна оцінка багато в чому зумовлює ціну товару або послуги»<sup>201</sup>.

<sup>200</sup> Шпаковская Л. Л. Социологический подход к антиквариату. *Социологические исследования*. 2000. № 2. С. 101-107.

<sup>201</sup> Дунаев Э. П. До питання про синтез трудової теорії вартості і теорії граничної корисності // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6: Економіка*. 2002. № 4. С. 3-13.

Проте якщо виробництво товару чи послуги безмежне, суб'єктивні оцінки ніяк не впливають на формування цін. К. Маркс виділяв додатковий компонент категорії цінності – *корисність, або споживчу вартість*, тобто здатність цінності кожного товару бути виміряною задоволенням людських потреб: «Товар є передусім зовнішній предмет, річ, яка, завдяки її властивостям, задовольняє які-небудь людські потреби. Природа цих потреб, – чи породжуються вони, наприклад, шлунком чи фантазією, – нічого не змінює». Виходячи з марксистського підходу, слід зазначити, що культурне благо, поряд з будь-яким іншим, має споживчу цінність, і, відповідно, вибирається споживачем на основі співвідношення доступних коштів і цін, що встановилися. Подібна позиція унеможлиблює вміщення в культурному благу особливої, виняткової цінності<sup>202</sup>. «Категорія корисності виявляється непридатною, коли ми маємо справу з фактично даремними речами, наприклад старовинними іграшками, якими ніхто не грається, пляшками, в які нічого не наливають, або стільцями, на яких можна сидіти тільки з великою обережністю»<sup>203</sup>. Предмет мистецтва, очевидно, не входить ані в першу, ані в другу споживчі категорії, проте це зовсім не означає, що не існує іншого, окрім загальноприйнятого, вираження користі. Сьогодні подібна *символічна корисність* благ знову набуває особливого значення – новий вид корисності стає виразником суб'єктивних оцінок особи. Соціологи пояснюють це новим змістом корисності, який характеризується вже не стільки універсальною споживчою цінністю продукту, скільки його індивідуалізованою символічною цінністю<sup>204</sup>. Підсумком нового змісту категорії корисності є об'єктивна неможливість точного визначення ціни продукту індивідуалізованого споживання. У цих умовах саме *символічна цінність* починає виконувати функцію корисності.

З позицій соціології, гіпотеза про природну необхідність розподілення цінностей – універсальних і особистих – вбачається особливо актуальною саме для ринку витворів мистецтва. Фактично, якщо споживач вважає, що символічна цінність якого-небудь блага вища,

<sup>202</sup> Лукша П. О. Экономика культуры – штрихи к науке нового века. *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6(32). С. 68-74.

<sup>203</sup> Шпаковская Л. Л. Старые вещи. Ценность: между государством и обществом. *Неприкосновенный запас*. 2004. № 1(33). С. 87-94.

<sup>204</sup> Антипина О. Н., Иноземцев В. Л. Диалектика стоимости в постиндустриальном обществе. Статья третья. Конкретный труд и полезность: деструкция стоимости со стороны потребления. *Мировая экономика и международные отношения*. 1998. № 7. С. 19-29.

ніж іншого, то він готовий заплатити за нього більше. Готовність споживача при інших рівних обставинах переплатити стає мірою невідтворюваності кожного конкретного блага. Таким чином, лише «визнання за яким-небудь благом певної цінності робить його дійсно цінним»<sup>205</sup>), а чим більша кількість споживачів визнає цінність блага, тим вище буде його ціна. Водночас, коли цінність якого-небудь блага визнається абсолютною більшістю, такому благу надається виняткова ціна, а саме воно стає безцінним.

Окрім того, теорія Зіммеля підтверджує, що цінність не може бути визначена поза процесом оцінки, тобто поза конкретною ціною: «... у більшості випадків істина така, що деградація і знищення людських цінностей зменшуються, якщо купівельні ціни дуже високі. Виражена у великих сумах грошей цінність містить елемент раритету, що робить її більш індивідуальною, менш замінною і таким чином придатнішою на роль еквіваленту індивідуальних цінностей»<sup>206</sup>. Щобільше, надбання цінності, згідно з Зіммелем, можливе лише тоді, коли для її отримання довелося чим-небудь пожертвувати: «Цінність виникає тільки з факту, що щось має бути заплачене за благо: терпляче очікування, спроба пошуку, використання робочої сили, відмова від речей, бажаних в інших обставинах»<sup>207</sup>. Цікавою видається і зворотний бік жертви в мистецтві: дивно, що за абсолютно рівної естетичної цінності музеями значно частіше експонується придбаний твір, ніж подарований<sup>208</sup>.

Найбільшу концентрацію цінностей, загальних і особистих, у всі часи мав ринок, не підпорядкований класичним економічним законам, – ринок витворів мистецтва, традиційною специфікою якого сьогодні стає незбіг між ринковою ціною товарів і їх реальною цінністю. Водночас, наскільки б не варіювала міра цієї невідповідності, вона цілком залежить лише від однієї змінної – цінності, без союзу з якою неправомірна ціна.

Узагальнюючи, слід зазначити, що особливість художнього ринку полягає у наданні цінності витвору мистецтва форми ціни товару. За таких умов звичайний процес ціноутворення може бути описаний

<sup>205</sup> Там само.

<sup>206</sup> Вельгус О. Символічні значення ціни: конструювання цінності сучасного мистецтва в галереях Амстердама і Нью-Йорка. *Економічна соціологія*. 2008. Т. 9, № 3. С. 33-59.

<sup>207</sup> Вельгус О. Символічні значення ціни: конструювання цінності сучасного мистецтва в галереях Амстердама і Нью-Йорка. *Економічна соціологія*. 2008. Т. 9, № 3. С. 33-59.

<sup>208</sup> Там само.

як своєрідна логічна операція, за допомогою якої учасники цього специфічного ринку характеризують істинну цінність товару. Цілком ймовірно, що саме ця особливість художнього ринку відкриває нові перспективи для економічного аналізу. Погоджуємося з думкою, що творчі інтелектуально-духовні продукти, які не мають безпосередньої корисності і здебільшого позбавлені натурально-речового змісту, мають прямий взаємозв'язок з феноменами людської свідомості, а саме: сприйняттям, розумінням, переживанням і т. ін.<sup>209</sup>

Основний атрибут будь-якого ринку – *маркетинг*. В економічній літературі зустрічається таке тлумачення маркетингу, згідно з яким можна виставляти на художній ринок абсолютно все, зокрема творчі ідеї художників, як, власне, і художників, і виконавців. Г. Л. Тульчинський і Є. Л. Шекова стверджують, що, по суті, у сфері культури і мистецтва відсутні зони, недоступні для маркетингу. «Головна специфіка сфери культури і будь-якого нон-профіта, – зазначають вони, – у «розщепленості їх ринків і необхідності встановлення відповідності та гармонії складових»<sup>210</sup>. Характеризуючи творчі товари в ролі «послуг», ці дослідники вважають, що до них цілком справедливо можна застосовувати стандартний маркетинговий комплекс.

Слід зазначити, що усі викладені попередні підходи до економічних засад художнього ринку стосуються здебільшого інвестиційних витворів мистецтва, а ось щодо масового споживача, він має свою специфіку, яка також обумовлена соціально-історичними чинниками, передусім зростанням чисельності населення, розвитком засобів масової інформації і комунікації та політико-пропагандистськими чинниками. Оскільки воно розраховане на трансляцію, багатократне відтворення, то не може бути аналогом цінних паперів, отже в цій сфері діє як вже знайомі нам загальні закони художнього ринку, так і свої специфічні закони. Загальним в обох сферах є механізм брендингу, за допомогою якого «розкручуються» певні художні продукти. Крім того, попит формується ззовні, коли, наприклад, реалізуються масові проекти, успіх прогнозується заздалегідь, відповідно, потрібна робота з аудиторією, формування адекватного вимогам споживача (глядача) продукту. Специфічні ж закони у відповідних сферах мистецтва пов'язані здебільшого зі сферою соціології, психології, маркетингу, теорії управління.

<sup>209</sup> Кошкина М. В. Негосударственные некоммерческие организации в сфере культуры и искусства. М.: Композитор, 2002. С. 22-23.

<sup>210</sup> Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры. М.: Лань, 2003. С. 283-284.

Мистецтво обов'язково передбачає існування глядача/публіки, підвищеної громадської уваги. Тому потрібно більш детально зупинитися на характеристиці важливого учасника художнього ринку – *споживачеві*. Загалом слід зазначити, що й досі здійснюються розробки стосовно визначення ринкових критеріїв, які могли б дати чітке уявлення як про «вартість» творчого процесу, так і про художні цінності того або іншого інтелектуально-духовного продукту з урахуванням їх впливу на окрему людину або на суспільство загалом. Активність творчої діяльності в ринкових умовах залежить від смаків, інтересів і запитів громадськості, отже творці змушені реагувати як на внутрішні, так і на зовнішні чинники. Тому і досі дискутується питання стосовно того, яким має бути «ідеальний тип» споживача витворів мистецтва, за яким можна було б сформулювати оптимальну економічну модель, що стимулює творчий процес, враховуючи, що орієнтація виключно на запити і переваги цього споживача не є єдиною, а тим більше, основною.

Практика і окремі дискурси показують, що сьогодні все більше поширюється думка, згідно з якою творчий процес, що відбувається у сфері мистецтва, залежить найбільше від фінансового успіху того або іншого автора у споживача, аудиторії або публіки. З одного боку, солідний «касовий збір», поза сумнівом, відображає визнання творця в суспільстві і стимулює його на створення нових творів. Але з іншого, бажання отримати гроші нерідко здійснює негативний вплив на художника. Сьогодні все більш обґрунтованою вважається думка (а практики показують), що висока ціна продукту творчої діяльності того або іншого автора найчастіше відбиває не істинну естетичну цінність цього продукту, а місце автора у визнаній (а нерідко – просто нав'язаній посередниками) ієрархії переваг і смаків у певному соціальному середовищі і на певний момент. Наразі існують багато зразків так званої «творчості», адаптованої до смаків споживачів, творчості заради заробітку і попиту. На думку П'єра Бурдьє, у такій ситуації діє економічна логіка навпаки: успіх твору у масового споживача, грошовий прибуток, отриманий автором, стає головним аргументом проти художньої цінності його твору<sup>211</sup>.

Дональд Томпсон у своїй відомій книзі «Як продати опудало акули» пише про торги на одному з брендів аукціонів: «Коли після довгої баталії аукціоніст опустив молоток і картина «Білий центр (Жовтий, рожевий і блідо-ліловий на темно-рожевому)» Марка Ротко була продана за 71,7 мільйона доларів, в аудиторії спалахнули стримані оплески.

---

<sup>211</sup> Bourdieu P. Les regles de Lart. Paris: Seuil, 1998. P. 353.



**Білий центр (жовте, рожеве і бузкове на рожевому)**

*Художник: Марк Ротко. Рік: 1950 р.*

*Техніка: полотно, олія. Розміри: 205,8 × 141.*

*Перебуває в приватній колекції.*

*Ціна продажу на 2018 рік: 72.8 млн дол. США*

Що святкували присутні? Нафтові гроші покупця? Тріумфальну перемогу його «я»? Його естетичний смак? Нову рекордну ціну, що частенько набагато перевершує ту, що просила ще сьогодні вранці галерея за аналогічну роботу? Коли опускається аукціонний молоток, ціна стає еквівалентом цінності; це встановлений факт, вписаний в історію мистецтва»<sup>212</sup>.

---

Згідно з інституціональною теорією мистецтва, саме по собі мистецтво визнається тим, що «у світі мистецтва вважається мистецтвом, а витвором мистецтва є те, що світом мистецтва за такий твір визнано»<sup>213</sup>. Не уточнюється, хто саме вважає і хто визнає, і на підставі

<sup>212</sup> Томпсон Д. Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах. М.: Центрполиграф, 2009. 382 с.

<sup>213</sup> Дземидок Б. Институционализм и философия искусства. *Американская философия искусства: основные концепции второй половины двадцатого*

яких критеріїв. Подібна ситуація несе в собі елемент іронії, який постійно себе проявляє, адже, наприклад, знамените опудало акули Герста є, згідно з формальною логікою інституціоналізму, витвором мистецтва тому, що було куплено колекціонером за 12 мільйонів доларів як витвір мистецтва. Західний ринок вже давно торгує не предметами мистецтва і колекціонування, а громадською думкою та брендами і намагається нав'язати цю ринкову модель усьому світу. Аукціонні будинки щорічно б'ють власні рекорди, реалізуючи твори сучасних художників за все більш високими цінами.

---

Так, 2019 р. став роком рекордів на твори імпресіонізму і сучасного мистецтва, численних рекордів на твори, створені жінками, і аукціонних проривів для сучасних художників. Якщо в 2018 р. найбільш дорогим з останніх став Девід Хокні (його «Басейн з двома фігурами» продано на Christie's за 90,3 млн дол. США), у 2019 р. Джефф Кунс повернув собі першість, яка утримувалась ним з 2013 р., – його скульптурна робота «Кролик» (1986 р.) була продана на травневому аукціоні Christie's за 91,1 млн дол. США. У Топ-10 найдорожчих сучасних художників у 2019 р. увійшли також американський майстер постживописної абстракції Френк Стелла («Мис сосен», 1959 р., Christie's, 15 травня 2019 р., 28 млн дол. США – одна з його ранніх «чорних» картин) і відомий своїми зображеннями дітей та тварин в стилі Superflat японець Йосімото Нара, після продажу на гонконгському аукціоні Sotheby's картини «Ніж за спиною» (2000 р.) за 24,9 млн дол. США суттєво перевершив свій колишній аукціонний рекорд та Ед Рушей – його робота Hurting the Word Radio #2 (1964 р.) продана на торгах Christie's за 52,5 млн дол. США (інші художники-сучасники, що входять на сьогодні в Топ-10, – Герхард Ріхтер, Цуй Жучжо, Джаспер Джонс, Крістофер Вул і Пітер Дойг – встановили свої рекорди кількома роками раніше). Оновили свої аукціонні рекорди KAWS (його імпровізація на тему обкладинки альбому «Бітлз» Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band була продана в Гонконзі за суму, еквівалентну 14,7 млн дол. США) і Бенксі – сатирична картина Devolved Parliament I (2009 р.) пішла на торгах Sotheby's в Лондоні за 9,9 млн євро (12 млн дол. США). Ще одним важливим рекордом року став продаж на травневих торгах Sotheby's в Нью-Йорку картини Клода Моне «Копиці сіна» (1880 р.) за 110,7 млн дол. США – картина стала не тільки аукціонним рекордом художника, але і найдорожчою роботою імпресіоністів, проданою на аукціонах, і



найдорожчим лотом 2019 р. Крім того, «Копиці сіна» стали дев'ятою за вартістю роботою за весь час проведення аукціонних торгів. Продана на тому ж аукціоні за 54,9 млн дол. США картина Пабло Пікассо «Жінка з собакою» (1962 р.) стала найдорожчою картиною Пікассо, створеною в 1960 рр.

Слід також звернути увагу на аукціонні досягнення художниць: свої рекорди обновили Луїз Буржуа, Лі Краснер, Яйої Кусаме. «Портрет Мухаммеда Дервіш Хана» Елізабет Віже-Лебрен встановила аукціонний рекорд для роботи класицизму – 7,18 млн дол. США. Новий рекорд Артемізії Джентілескі склав 4,8 млн євро – стільки було сплачено за картину «Лукреція» на паризьких торгах аукціонного дому Artcurial. Свій аукціонний рекорд встановила на торгах Sotheby's і представниця модерну Тамара Лемпицька. Її картина «Рожева туніка» (1927 р.) була продана за 13,4 млн дол. США. Найдорожчою картиною жінки-художниці, як і раніше, залишається «Дурман» Джорджії О'Кіф (1932 р.), проданий у 2014 р. на Sotheby's за 44,4 млн дол. США, а найдорожча робота художниці, що нині живе, – Проред Дженні Савіль (1992 р.), рекорд встановлений на торгах Sotheby's у 2018 р. і становить 12,4 млн дол. США.

Таким чином, у більшості дослідженнях сучасний художній ринок (ринок витворів мистецтва) характеризується як ринок імен, ринок брендів і має віддалено стосується продукту, чи це картина старого майстра, чи сучасного художника. В умовах розвитку сучасного суспільства з його технологічними можливостями, зокрема і впливу на людину, талант (чи псевдолант) художника, цінність витвору мистецтва й усі інші поняття відображаються у свідомості людини, втративши будь-який зв'язок з власне витвором, конструюються у межах глобального інформаційного поля, коли впровадження яких-небудь установок відбувається ззовні, і цьому процесу украй складно протистояти, бо це вимагає постійної внутрішньої роботи, усвідомленості подій, що стосуються процесу купівлі-продажу.

Крім того, критерії цінності, корисності, значущості і т.ін., якими б вони не були, не існують, тобто не спираються на об'єктивні характеристики речі, а формуються безпосередньо у свідомості того, хто сприймає, і рівень якості твору не має значення, оскільки сама річ, артефакт не є тепер самостійною цінністю, акцент зміщується з результату на процес. Слідуючи мейнстріму сучасного мистецтва, важливим мотивом придбання художнього твору є фактор моди, прагнення не відставати від прогресу. «Дайте нам полотно зі смужками

і волелюбну інсталяцію – ми поставимо це в новій квартирі, і наші знайомі дізнаються, які ми прогресивні люди»<sup>214</sup>.

---

«Привабливість картини» ... я більш детально зупиняюся на мотивах наших симпатій або антипатій у сфері мистецтва. Під впливом якого імпульсу бажання придбати картину опановує не тільки нами, але і безліччю інших шанувальників, чому в кінці кінців її ціна зростає настільки відчутно, що ми вже не можемо собі її дозволити? Зрозуміло, високий художній рівень неодмінно збільшує ринкову вартість картини. До того ж, якщо розглядати кращі твори мистецтва, різниця у вартості відмінної роботи і роботи найвищої якості, на подив, велика. На мій погляд, саме цей розрив і виправдовує існування ринку: у цьому плані ринок встановлює гідні ціннісні орієнтири. Він не тільки безпомилково виокремлює краще, але і рішуче відокремлює краще від хорошого»<sup>215</sup>.

Отже, класичним залишається твердження, що стимулююча функція ринку спонукає виробників створювати потрібні суспільству економічні блага з найменшими витратами і отримувати достатній прибуток. Тут важливим елементом є конкуренція, суперництво учасників цього процесу за ринок збуту – суперництво художників за увагу і визнання у публіки. Наслідком визнання є збільшення кількості замовлень, зростання продажів витворів мистецтва. Проте економічні свободи, сприяючи прогресивному розвитку суспільства, здебільшого стимулюють комерційну конкуренцію, а не художню. Отже, розвиток відбувається у сфері торгівлі, що не означає автоматичного прориву в мистецтві.

Сьогодні успіх художника визначається його «розкрученістю» в ЗМІ, суспільною популярністю і, як наслідок, вартістю його робіт. Ринок дав можливість художникові бути визнаним за життя, що відображається в об'ємі гонорарів і вважається критерієм популярного художника. Проте актуальною залишається проблема щодо співвідношення комерційної цінності витворів мистецтва з їх духовною цінністю. Якість мистецтва в результаті такого типу конкуренції загалом страждає. Ринок завжди прагне до отримання вигоди, отже орієнтується на більшість, що неминує веде до зниження якості художнього продукту, зниження

---

<sup>214</sup> Суминова Т. Н. Творческие индустрии как вариант организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства. *Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой*. № 5(52) 2017. С. 95-103.

<sup>215</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

його елітарності. Проте саме ринкові механізми, як це буває в умовах конкуренції, мають використовуватися для знаходження компромісу на користь підтримки справжнього мистецтва.

### 3.4. Статус учасників художнього ринку

В умовах існування ринку всі учасники економічної взаємодії безпосередньо причетні до здійснення процесів у функціонуванні мистецтва та його інституалізації. Безперечно, що для створення витвору мистецтва художнику потрібно мати задум, застосовувати технічну майстерність, залучаючи досвід, знання, працю і т.ін. Проте для кінцевої роботи – цього недостатньо. Як зазначає Т. Суминова, мистецтво стає мистецтвом під час виникнення чогось ірраціонального. У результаті роботи має статися диво, тоді твір оживе<sup>216</sup>, що робить його привабливим для оточуючих, створюючи певні зв'язки з картиною.

Еволюція таких відносин пройшла шлях від унікальних почуттів поціновувачів, коли предметом зацікавленості була «душа» твору, втілена в образі, до сучасного ринку мистецтв, де, окрім зазначеного, діють дещо інші мотиви споживчої поведінки. До XVII століття не існувало так званого вторинного ринку – говорити про обіг витворів мистецтва було неможливо (ніхто не намагався перепродати Сікстинську капелу, картини Андреа Мантеньї не були міновим еквівалентом, Карл П'ятий не обмінював свій портрет пензля Тіціана на пейзаж Рубенса. Більшість творів створювали для храмів і палаців – продати їх можна було лише зі стінами разом, але це нікому не спадало на думку<sup>217</sup>. Якщо у Середні віки створення витвору мистецтва було заняттям трудомістким і дорогим, то споживання кінцевого продукту – справою простою.

Ринковий підхід усе змінив, вказуючи, що витвір мистецтва – це колективний продукт, який об'єднує зусилля галереї, реклами, куратора, художника та ін. учасників, а, власне, праця художника займає в ньому малу частину. Отже, технологія сучасного ринку така, що праця художника, проходячи через відповідні операції (задуми галереї, рекомендації кураторів, сертифікати музеїв), перетворюється на товар. До того ж кожна з інстанцій, представлена відповідними операціями,

<sup>216</sup> Суминова Т. Н. Творческие индустрии как вариант организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства. *Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой*. № 5(52) 2017. С. 95-103.

<sup>217</sup> Там само.

має свій матеріальний інтерес і, відповідно, підвищує товарну вартість виробу загалом. У цьому контексті, важливо зрозуміти сутність самої творчості, оскільки дуже багато чого залежить від того, які спонукальні мотиви діяльності посередників, що є провідниками між художниками (творцями) і публікою. Як саме вони ставляться до художньої творчості, чи прагнуть виключно власної вигоди? Сьогодні це питання залишається риторичним і, як ми вже зазначали в попередніх розділах, самі художники не завжди відверті в поясненні своєї ролі в сучасному мистецтві, особливо з позицій ринкового мислення.

На думку вчених-економістів, в умовах дії ринкових відносин і посилення ролі економічних чинників у глобалізованому світі, неможливо скласти уявлення про феномен мистецтва, не розглядаючи питання інституалізації ринку мистецтва, який, на думку експертів, сьогодні суттєво впливає на його інфраструктуру, вибудовуючи відповідну систему зв'язків між творцями і споживачами художнього продукту. І хоча, як показують дослідження, торгівля предметами мистецтва існувала завжди, проте таке поняття як «артринок» не так давно закріпилося в лексиконі як сучасної культури, так і економіки.

У науково-навчальній літературі пропонується розглядати історію артринку в послідовності, яка умовно розподілена на 6 етапів: (1) Витоки. XVII ст. Прототип сучасного артринку заклали «малі голландці»<sup>218</sup>, завдяки яким сталося найголовніше, – предмети мистецтва перетворилися на товар; (2) кінець XIX ст. Наступну революцію зробили імпресіоністи, які змінили художній смак того часу; (3) Велика депресія: внесла свої корективи у розвиток артринку. Продажі у той час скоротилися до нуля, привабливість мистецтва для інвестицій впала; (4) післявоєнне десятиліття. З початком Другої світової війни артринок в країнах Європи і Близького Сходу був фактично знищений. Багато речей було перевезено в нейтральні країни і в США – країну, яка на довгі роки займе місце лідера в торгівлі мистецтвом; (5) 1980-1990 рр. Чергова фінансова криза: ціни на мистецтво падали, галереї закривалися, аукціонні будинки потерпали від збитків, а ціни на роботи художників були більш ніж наполовину менші; (6) Наш час. Спостерігається стійке зростання продажів предметів мистецтва. Існує думка, що це обумовлено тим, що в сегменті альтернативних інвестицій затвердилися

<sup>218</sup> «Малі голландці» – умовна назва голландських художників XVII століття, які писали невеликі, ретельно оброблені картини. Хоча вони не представляли собою єдиної школи, їх творам властиві деякі спільні риси: точність техніки, ясність композиції, тонке нюансування. URL: [https://pidru4niki.com/16790422/kulturologiya/flamandska\\_shkola](https://pidru4niki.com/16790422/kulturologiya/flamandska_shkola)

також інвестиції в предмети мистецтва. Ми додаємо ще один етап – (7) 2019-2020 рр. – глобальна економічна криза, обумовлена пандемією й посиленням ролі цифрових технологій у сфері мистецтва. Тенденції розвитку цього етапу перебувають у стані ідентифікації та аналізу.

У найбільш узагальненому тлумаченні артринку – це інвестиційний простір з великою кількістю публічних і приватних угод, що має складну інфраструктуру і включає десятки сегментів і секторів, що багато в чому обумовлює існування такого виду діяльності як *артбізнес*. Слід зазначити, що в економіко-соціологічному дискурсі застосовують кілька термінів: «художній ринок», «ринок мистецтва», «артринку». Існують різні дослідження, у яких запропоновано розмежовувати ці поняття, акцентуючи увагу на конкретних особливостях цього явища. Зокрема, слушним видається визначення, що «артринку» – термін у європоцентричній науковій традиції, де «арт» позначає, швидше, прагнення до автономізації виробника від тенденцій ринку, звернення до прогресивної моделі виховання споживача для сприйняття вже готової продукції в тому вигляді, у якому свобода художника знайшла можливим її створити<sup>219</sup>.

У зв'язку з цим можна навести найбільш суттєві визначення артринку: (1) це загальні художні тенденції, поширені в певному часовому відрізку; система, спрямована на формування смаків і вподобань, тобто культурний феномен, що відображає актуальний стан суспільства, у яких задіяні художник, експертне співтовариство, публіка і прості шанувальники мистецтва; (2) це характер і рівень розвитку інституту посередництва, або система взаємовідносин між художниками, дилерами, аукціонними будинками, асоціаціями та колекціонерами, яка полягає в товарному обігу предметів мистецтва; (3) це галузь економіки, яка здатна багато в чому формувати національну ідентичність, і прямим чином впливати на ВВП країни, якщо розглядати його з позицій територіального брендингу та маркетингу. Таким чином артринку – це складне багаторівневе явище, у ньому інтегрується велика кількість суб'єктів, які здійснюють усі процеси його актуалізації<sup>220</sup>. Серед українських авторів заслуговує на увагу бачення сутності й змісту артринку з позицій культурології на основі аналізу залучених

<sup>219</sup> Калашнікова А. О. Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві: дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2015. 211 с.

<sup>220</sup> Ветрова А. Структурный анализ субъектов и объектов арт-рынка в контексте современных реалий. *Креативная экономика*. 2013. № 2. С. 83-88.

прикладів з діяльності відомих дилерів, колекціонерів, творів сучасного мистецтва<sup>221</sup>, а також співзвучна принципам нашого підходу думка, що дослідження, які орієнтовані лише на ринок і комерційний сегмент, призводять до втрати розуміння артринку як простору функціонування мистецтва в сучасному світі.

Проте найбільш змістовно з позицій економічного підходу сутність артринку, на нашу думку, пояснює А. Сухарев, зазначаючи: «Артринок є ринком витворів мистецтва, на якому відбуваються акти їх купівлі-продажу і формується ціна на них; це ринок змішаного товару. При цьому первинним і головним мотивом є придбання предметів мистецтва передусім як споживчого товару, а вторинним і супідрядним – як інвестиційного товару»<sup>222</sup>. На нашу думку, саме цей термін можна вважати найбільш загальноприйнятним у внутрішньому дискурсі екосистеми мистецтва і як такий, що більше підходить для аналізу з економічних позицій, оскільки має включати загальний порядок цін на художні витвори того чи іншого автора, його інвестиційну привабливість, інфраструктуру посередників у процесі продажу витворів мистецтва та ін. Однак ми дотримуємось також позиції, що витвір мистецтва вміщує духовні, нематеріальні цінності, що виражають їх унікальність і неповторність, які оцінити досить складно, тому, розглядаючи артринок, необхідно враховувати різні засоби обґрунтування цінності.

Згідно з Д. Тросбі, існують одночасно і фізичний ринок художніх творів, і паралельний ринок ідей, які є необхідним атрибутом або продуктом цих творів. Фізичний ринок визначає економічну цінність твору, ринок ідей – його культурну цінність. Фізичний твір є провідником ідеї, яка перетворить твір з «звичайного економічного блага» в «культурне благо». Як таке воно має не лише економічну, але і культурну цінність. Ці дві цінності є взаємопов'язаними, оскільки функції споживчого попиту на витвори мистецтва з великою вірогідністю містять деяку міру культурної цінності в якості значимого аргументу<sup>223</sup>. Усі функції артринку реалізуються синхронно, але найважливішою для художнього життя суспільства є *посередницька функція*, яка сприяє просуванню художника на артринок, тому вона

<sup>221</sup> Русаков С. С. Феномен арт-ринку як проблема сучасної культурології. *Культурологічна думка*. 2019. №16. С. 175-183.

<sup>222</sup> Сухарев А. Н. Арт-рынок: динамика и современное состояние. *Финансы и кредит*. 2013. № 45. С. 19-24.

<sup>223</sup> Тросби Д. Экономика и культура. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2013. 254 с.

вимагає більш детальної уваги. Сьогоднішній ринок збільшує кількість *посередників* під час збуту товару обернено пропорційно до праці, витраченої на виготовлення продукту.

Практика показує, що в умовах ринкових відносин з'явилася потреба в професіоналах, які б займалися організацією і управлінням зв'язками між творцями і споживачами (публікою). Причому творці задовольняються здебільшого тим, що їх талант затребуваний, а посередники – тим, що отримують за свою роботу гідну плату. Деякі з творців, ставши відомими, відмовляються від них, інші, менш відомі, вимушені віддавати їм комісійні зі своїх доходів. Проте в умовах ринку багато (навіть дуже відомих) художників не можуть обійтися без посередників, що укладають контракти, без агентів і агентств, що прагнуть до того, щоб їх твори дійшли до публіки, на яку вони заслуговують. А це, безперечно, впливає на їх творчі долі, а також на їх матеріальне забезпечення.

Отже, творчий продукт, з яким має справу ринок витворів мистецтва, хоч і належить до духовно-естетичних, проте його зміст в умовах ринку стає сферою діяльності *менеджменту*. Кількість посередників, згідно з законами ринку, створює ситуацію, коли прибуток щодо собівартості праці збільшується в рази: сучасне мистецтво значно дорожче за мистецтво колишнє. У реальному житті здебільшого прибуток від мистецтва цілком залежить від менеджменту, а особливо його організаційної функції.

У ролі знакового елементу між власне текстом художнього твору, продуктом витвору мистецтва (артпроект – так його зараз називають), між автором і споживачем символічної художньої інформації є фігура посередника<sup>224</sup>, суб'єкта діяльності/культурної практики – *арт-менеджера*, який є управлінцем і економічним агентом артринку. У сучасних економічних умовах артменеджер – це передусім бізнеспомічник художника/артиста, що працює в контексті артринку і його різновидах і якому важливо створювати тексти артпродуктів не лише для самоактуалізації, але і для реалізації/продажів.

---

*Базові якості, якими має володіти артменеджер*, перерахував куратор факультету «Артменеджмент і галерейний бізнес» Микола Палажченко:

---

<sup>224</sup> Ирхен И. И. Художественное производство в современной России: константность и процессуальность. *Артосфера: перспективы развития и инновации*: мат-лы междунар. науч. –практ. конф. СПб.: Астерион, 2016. С. 31-42.



Розуміння мистецтва: якщо людина хоче робити щось в мистецтві, йому потрібні глибокі знання в цій галузі. Оскільки, плануючи бізнес, необхідно мати хоча б приблизні уявлення про те, що буде завтра з мистецтвом, у яких напрямках воно буде розвиватися і т.ін.

Організованість і універсальність: здатність робити все правильно і вчасно, а також швидко розуміти, як влаштовані різні процеси в мистецтві.

Уміння працювати з інформацією: поширювати інформацію навколо себе і користуватися тією, яка обертається в артспівтоваристві, а також постійно шукати нові канали комунікації.

Уміння спілкуватися з людьми.

Чарівність.

Хороша реакція і готовність до змін: артменеджмент – це мінливе і зростаюче середовище, у якому середній термін змін реальності становить півроку. Тому важливо вміти швидко пристосовуватися.

Загальна культура: не можна робити якісні проєкти в артї, не розуміючи загальних тенденцій у театрі, літературі, соціальному та політичному, економічному житті та ін.

Проєктне мислення: у мистецтві ніколи не буває нескінченного континууму, будь-яка виставка або клієнт – це завжди проєкти, а будь-який проєкт має свій цикл.

---

Т. Сумінова пропонує сучасну сферу мистецтва/артсферу / артіндустрію/артбізнес сприймати як комунікативну (зокрема інформаційну) систему й представити її у вигляді багатогранника з вершинами-елементами: текст/артпроєкт/артпродукт – автор/ художник/майстер – посередник/артменеджер – реципієнт/глядач/ покупець інформації. У ролі основних суб'єктів ринкової економіки сфери культури, зокрема ринку мистецтва, є: держава; виробники/ творці/«вільні художники» як фізичні особи, які здійснюють індивідуальну трудову діяльність без утворення юридичної особи; інституціонально-оформлені структури: організації/юридичні особи; художня критика; споживачі (індивідуальні і організовані); посередники (інфраструктура – сукупність організацій, напрямів діяльності і механізмів, що сприяють взаємодії учасників різних видів діяльності у сфері культури і мистецтва, наприклад продюсерські центри, майстерні, театральні агентства, біржі, ярмарки, спеціалізовані магазини, каси і т.ін.). Організації сфери мистецтва вступають у економічні відносини із споживачами, власниками/ уповноваженими органами державної влади і місцевого самоврядування, юридичними і

фізичними особами, владними структурами (податковими інспекціями, комітетами з майна, земельними комітетами, органами казначейства та ін.), спонсорами і благодійниками; іншими організаціями<sup>225</sup>. Таким чином, комунікативний простір сфери мистецтва/артіндустрії як економічної системи складається з таких елементів як: текст твору, художник, прагматично зацікавлені інституції (ярмарки, аукціони, галереї і т.ін.) і прагматично незацікавлені (бієнале, музеї, критика і т.ін.), експертне співтовариство професіоналів (критики, біографи, куратори і т.ін.), влада, публіка (аматори, поціновувачі, колекціонери), посередники (артменеджери, бізнесмени, колекціонери, представники засобів масової інформації і т. ін.)<sup>226</sup>.

Отже, згідно з такою конфігурацією, сфера мистецтва сьогодні є сферою артбізнесу зі спеціально структурованою діяльністю – інфраструктурою, у яку залучені різноманітні учасники: як ті, хто спочатку орієнтований на отримання комерційного прибутку від операцій з арттоваром, так і ті, кого складно назвати бізнесменами або бізнес-організаціями. Дійсно, якщо приватний дилер, артгалерея або аукціонний будинок безпосередньо вибудовують свою діяльність на продажах витворів мистецтва, а колекціонери і хедж-фонди розглядають придбання таких творів як довгострокове інвестування, то музеї тільки частково залучені в ці взаємовідносини, здійснюючи свою діяльність в іншій площині – охорона історичних і культурних артефактів, дослідницької і просвітницької роботи. Художник – творець витвору мистецтва, що перетворюється на сучасному ринку в арттовар, – може так і залишитися тільки його виробником, більшою чи меншою мірою успішним, але може перетворити своє ім'я на бренд і тим самим різко збільшити прибуток від обігу своїх робіт, а також інвестувати своє ім'я/популярність у суміжний бізнес. Популярність художника у публіки забезпечується інформаційним супроводом його життя і творчості, адже не усі можуть адекватно сприймати і тлумачити витвори мистецтва, зрозуміти авторський задум, адекватно розкривати коди художньої реальності, створеної художником для різних споглядачів.

Взаємозв'язок між учасниками артринку найбільш результативно здійснюється через реалізацію ним інформаційної функції, тобто створення інформаційного поля, яке складається навколо художника.

<sup>225</sup> Суминова Т. Н. Творческие индустрии как вариант организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства. *Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой*. № 5(52) 2017. С. 95-103.

<sup>226</sup> Там само.

У сучасних умовах на цьому полі особливу роль відіграють не лише професійні друковані і електронні ЗМІ, але й соціальні мережі Інтернет. Поширенню художника на ринку сприяють каталоги, твори про творчість художника, біографи художників та ін. Історично доведено, що саме біографічні тексти нерідко слугують інструментом, що допомагає відтворити події минулого, зрозуміти художню реальність, створену художником, з позицій тих, хто безпосередньо жив поряд з художником. Світовою популярністю, наприклад, визнаний Джорджо Вазарі – біограф видатних постатей Високого Відродження<sup>227</sup>.



Титульний аркуш першого видання «Життєписів»

Важливу роль у висвітленні не лише творчості художника, але й в аналізі художнього ринку і його особливостей відіграє *експертне співтовариство* – об'єднання критиків і мистецтвознавців. Вони аналізують, інтерпретують, роз'яснюють і транслюють суспільству свої оцінки художньої творчості загалом або окремих творів. Їх діяльність, безумовно, формує репутацію художника. Сучасні арткритики,

<sup>227</sup> Найбільшою заслугою Вазарі вважається його монументальна праця «Життєписи найславніших живописців, скульпторів та архітекторів» («Le Vite de' piu eccellenti Pittori, Scultori e Architetti»), яка була закінчена в 1550 році. Другим доповненим виданням з додатком портретів знаменитих художників книга вийшла в 1568 році. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Джорджо\\_Вазарі](https://uk.wikipedia.org/wiki/Джорджо_Вазарі)

мистецтвознавці – це фахівці з питань оцінки витворів мистецтва. Зазвичай вони дають розлогі письмові аналізи в статтях і оглядах, надрукованих у різних профільних ЗМІ, монографічних роботах, колективних наукових дослідженнях, теоретичних доповідях, на деяких відомих інтернет-ресурсах, у соціальних мережах, іноді в гламурних виданнях. Безперечно, авторитетна думка експертного співтовариства безпосередньо впливає на активність колекціонерів і меценатів, багато в чому визначаючи ціну художнього твору і авторитет художника. Водночас історичний досвід свідчить, що багато визнаних сьогодні художників свого часу не були зрозумілі художнім критикам. Їхнє мистецтво нерідко випереджало суспільні смаки, а отже не було оцінено сучасниками належним чином.

Слід також назвати *артконсультантів* (англ. adviser – порадник) – суб'єктів артринку, які займають проміжну позицію між теоретиками мистецтва і артдилерами. Багато сучасних колекціонерів розглядають мистецтво лише як інвестиційні форми сповіщення зацікавлених осіб, тому професія консультанта залишається затребуваною. Позиція артконсультанта – професійного радника в питаннях ціноутворення та угод з мистецтва, а також подальшого менеджменту колекцій – за визначенням, має залишатися незалежною. Однак практика показує, що постійно перебуваючи в оточенні людей з великою сумою грошей, артконсультант відчуває спокусу зайнятися також посередництвом, що спонукає його лобювати художників, в той чи інший спосіб об'єднуватися з іншими дилерами, вступати в прозорі партнерські відносини з аукціонними будинками. Відповідно, його рекомендації набувають певного меркантильного характеру.

---

Наведемо вартість основних інструментів з арсеналу незалежного артконсультанта, який своїми порадами економить колекціонерів (або будь-якого іншому роботодавцю) його час і гроші:

- ArtTactic.com (1200 дол./рік): мабуть, головний міжнародний аналітичний ресурс, який випускає регулярні платні звіти - від індикаторів довіри артринку загалом до нішевих досліджень окремих художників і напрямів. Стежить тільки за публічним (піддається підрахунку) ринком. Крім того, ArtTactic допомагає в підготовці брендівих звітів HISCOX Online Report і Deloitte Art & Finance, безкоштовних для користувачів;

- ArtMarketMonitor.com (756 дол./рік): ринковий проєкт видавництва холдингу Art News/Art in America. Грамотна і своєчасна аналітика бізнес-

новин ринку мистецтва, доступна у двох форматах: безкоштовному (перша частина матеріалу) і платному (інша, найбільш цікава, частина). На відміну від звітів ArtTactic, матеріали забезпечені думкою редакції;

- Artprice.com (405 дол./рік): найповніша платна база даних аукціонних торгів, яка за наявності достатнього матеріалу супроводжує сторінку художника візуально-приємними графіками цінової динаміки, переліком країн з найбільшою кількістю успішних продажів, розбивками по цінових сегментах і т.ін.;

- Artnet.com (450 дол./рік): дані Artprice в ідеалі слід зіставляти з даними його конкурента Artnet. Різниця в технологіях охоплення і обробки аукціонної інформації призводить до різничитань у базах даних продажів художників. У середньому дані Artprice і Artnet розходяться на 10%, що не дуже істотно для художника, що має понад 1 тис. продажів, а ось для регіональних авторів з кількістю аукціонних прецедентів менше сотні різничитання можуть серйозно вплинути на аналітику;

- ARTinvestment.RU (180 дол./рік): найповніша база даних аукціонних продажів російських художників, а також художників «орбіти російського мистецтва», що включає художників російського зарубіжжя, емігрантів усіх хвиль і авторів з країн колишнього СРСР. Почавши дослідження ринку мистецтва у 2008 році, аналітичний портал пізніше ввів систему власних індексів прибутковості художників і рейтингове ранжування;

- Artfacts.net (360 дол./рік): інструмент, створений понад 10 років тому, але набрав популярність в останні кілька років, коли ринок усвідомив важливість маркетингових показників у ціноутворенні художників. Виставки (минулі і майбутні), перелік дилерів, які просувають автора, грантова та конкурсна активність художника - словом, майже вся необхідна інформація, яка становить картинку успішності на приватному ринку;

- Larryslist.com (589 дол./рік): артконсультанту слід знати в обличчя провідних міжнародних колекціонерів, так само як і склад їхніх зібрань. Таку інформацію надає Larry's List - платна база, що охоплює близько 3,5 тис. приватних колекцій, з якої можна, по-перше, зрозуміти, кому запропонувати того чи іншого художника, а по-друге, проаналізувати перспективи певного автора, виходячи із значущості приватних зібрань, у яких перебувають його роботи, і розподілу їх по країнах;

- Baerfaxt.com (300 дол./рік): агентство новин, що спеціалізується на внутрішній інформації про ринок мистецтва, звідси раз у тиждень вам

будуть приходити чутки, плітки і небилиці. Серед яких, як водиться, криється справжня правда;

• Deloitte Art & Finance Report, The Art Market Report від Art Basel & UBS, TEFAF Report, HISCOX Online Report, ArtPrice Report: безкоштовні основні звіти про ринок мистецтва загалом або про його частини (інвестиційної, онлайн). Усі подібні звіти спонсоруються великими компаніями, що забезпечує користувачам вільний доступ<sup>228</sup>.

Загалом лише прямі витрати, що дозволяють артконсультанту триматися в інформаційному просторі і соціальному полі, складають на рік трохи більше 50 тис. дол. США. Звичайно, це лише вартість інформаційного забезпечення. Окрім того, потрібно додати навички аналізувати придбану інформацію, необхідність мати гарний вигляд (правильне харчування і фізична форма), дорого одягатися, мати сучасні технологічні іграшки (ноутбук, телефон, планшет) і – головне! – вільний час і здоровий сон, прямим чином впливають на бажання займатися усім перерахованим вище. Зазвичай співвідношення прямих і непрямих витрат для фахівця на ринку мистецтва становить 1:1. Виходить, що для того, щоб окупити хоча б прямі витрати (50 тис. дол. США), артконсультанту необхідно давати по одній консультації в робочий день, з понеділка по п'ятницю, вартістю в середньому 200 дол. США<sup>229</sup>.

Особливе значення серед суб'єктів ринку мають *художні музеї* – як державні, так і приватні. Музеї, придбавши твір художника, прославляють його ім'я, підвищують рейтинг його творів, а отже і їх вартість. Потрапивши в музей, твір автоматично стає роботою більш значимого масштабу і чим відоміший музей, тим більшу віддачу отримує художник. Щобільше, колекції музеїв є національним надбанням конкретної країни, оберігаються державою, зокрема під час воєн і катаклізмів. Роботи, що потрапили в музеї, гарантовано будуть представлені публіці подальших поколінь. Проте слід враховувати важливий нюанс: опинившись в музеї, робота перестає бути представленою на ринку. Тобто перебуваючи в приватній колекції, витвір мистецтва ще може потрапити на ринок, коли власник або спадкоємець захоче його перепродати, тоді як музейні роботи, за рідкісним винятком, вилучаються з ринкового обігу.

<sup>228</sup> Годовой бюджет арт-консультанта: сколько стоит независимость на рынке искусства?. *ARTInvestment.RU*. 17.06.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/law/20200617\\_budget\\_consulting.html](https://artinvestment.ru/invest/law/20200617_budget_consulting.html)

<sup>229</sup> Там само.

Музеї в сучасному суспільстві мають репутацію безумовних авторитетів. Слід зазначити, що колекції більшості сучасних музеїв, таких як Метрополітен в Нью-Йорку, Центр Жоржа Помпіду в Парижі і т.ін., були сформовані великими колекціонерами, наприклад сім'єю Рокфеллерів, що передавали свої колекції в дар музеям. Проте ця традиція веде свою історію ще від сімейства Медичі. Проте часто смак і переваги колекціонера, що, по суті, не є професійним експертом у цій сфері, формують колекції музею, тобто набувають значущості в історико-культурній перспективі.

---

Державні музеї світу. Музей – установа, що займається збором, вивченням, зберіганням і експонуванням предметів – пам'яток природної історії, матеріальної і духовної культури. Серед найбільших музеїв світу можна виділити Музей Метрополітен (США), Музей д'Орсе (Франція), Інститут Мистецтва (США), Національний музей Прадо (Іспанія), Лувр (Париж), Ермітаж (РФ), Національна Галерея (Великобританія), Рейксмузеум (Нідерланди). На сучасному артринку музеї світу, як правило, виступають у ролі покупця предметів мистецтва, але в деяких випадках можуть бути і продавцем. Діаксация (продажі музейних експонатів з метою купити потрібніші предмети мистецтва) є значимим фінансовим джерелом для музеїв, окрім державних дотацій, коштів, що перераховуються меценатами, продаж квитків на переглядання експозицій і надання супутніх послуг. Експонати, що є в запасниках музею, продаються колекціонерам або іншим музеям. Подібна практика досить поширена в розвинених країнах і вважається достатньо виправданою. Проте продаж творів з музейної колекції може викликати негативну суспільну реакцію. Що стосується приватних музеїв, то їх фінансове благополуччя залежить більшою мірою від можливостей засновника.

---

Інформаційна функція ринку витворів мистецтва безпосередньо пов'язана з функцією посередництва, головна мета якої – сприяння укладенню угод між сторонами, а в художньому бізнесі це сприяння укладенню угод між художником або власником художнього твору і покупцем (первинний і вторинний ринок). Така операція може здійснюватися як на основі договірних відносин (відкрито), так і неофіційно, на засадах приватної домовленості. Саме у зв'язку з цим виникають труднощі щодо релевантної оцінки обсягів артринку. Посередник може зводити покупця з продавцем безпосередньо або здійснювати угоду за дорученням однієї або обох сторін, дотримуючись



при цьому і своїх комерційних інтересів<sup>230</sup>. Як оплату своєї праці посередник отримує комісійну винагороду, тобто певний відсоток від суми, яку виплачує чи одна зі сторін, чи обидві. Посередником може бути як приватна особа, так і спеціально створена для цього фірма. Отже, у світі бізнесу традиційними посередниками є дилери, галереї, аукціони, художні салони. Артринок покликаний звести на одному майданчику художній продукт і його споживача, сприяючи задоволенню потреб обох сторін: художника і споживача (публіки).

Вважається, що в історичному ракурсі однією з перших форм ринкових відносин між художником і покупцем були *аукціонні торги мистецтвом*. Технологічно, аукціон – це метод продажу товарів покупцеві, що пропонує найвищу ціну. Іноді остаточна ціна виявляється вище за ринкову, коли покупець, охоплений пристрасною володіння конкретним предметом або бажанням перебити усі інші пропозиції, встановлює ціну, за якою цей предмет поза аукціоном ніколи не куплять. Інформацію про Топ-10 аукціонних будинків за результатами торгів мистецтвом в 2018 р. дає табл. (3.1.).

Таблиця 3.1.

**Топ-10 аукціонних будинків за результатами торгів мистецтвом у 2018 р.**

Місце	Аукціонний будинок	Обіг, млрд дол. США	Продано лотів, шт.
1	Christie's	4,999	16082
2	Sotheby's	3,932	13307
3	Poly Group Internation	0,654	2656
4	Phillips	0, 654	4450
5	China Guardian	0, 606	10303
6	Beijing Council	0,329	2656
7	Rongbao	0, 247	6895
8	Bonhams	0, 171	7531
9	Hangu	0,156	454
10	Xiling Yinshe Auction	0,133	3386

Джерело: <sup>231</sup>.

<sup>230</sup> Хангельдиева И. Г. Коммерциализация культуры и искусства: между критикой и похвалой. *Прикладная культурология: калейдоскоп идей*. М., 2010. С. 35-37.

<sup>231</sup> Artprice's 2018 Global Art Market Annual Report: The Art Market in 2018. *Artprice and AMMA*. 2018. URL: <https://imgpublic.artprice.com/pdf//the-artmarket-in-2018.pdf>

Нещодавно світ облетіла новина про продаж одного з найстаріших аукціонних домів Sotheby's (червень 2019 р.). Французький магнат Патрік Драї заплатить за цією угодою близько 3,7 млрд дол. США (з урахуванням боргів). Зараз Sotheby's – публічна компанія, її акціями торгують на американській біржі. Драї давно колекціонує предмети мистецтва, за своє захоплення він віддасть половину статків. Йому належить компанія Altice: вона володіє одним з найбільших кабельних операторів Франції Numericable. Крім цього, у Драї є кабельні оператори в Штатах, а також медіа-бізнес у низці європейських країн: газети, канали і радіостанції. Драї входить у десятку найбагатших французів: посідає 8-ме місце в локальному і 190-те – у глобальному рейтингу. Згідно з останньою версією Forbes, його статки становлять 7,7 млрд дол. США, Bloomberg оцінює їх у понад 8,4 млрд дол. США. Підприємця називають справжнім поціновувачем мистецтва і завзятим колекціонером. Водночас сам він не бере участі в дорогих угодах і зазвичай купує порівняно недорогі лоти – до 5 млн дол. США. Аукціонний дім Sotheby's – один з найстаріших у світі, йому 275 років. Основний прибуток Sotheby's – комісія за продаж предметів мистецтва. Наприклад, у 2017 р. на конкурентному майданчику – Christie's – картину Леонардо да Вінчі «Володар світу» продали за рекордні 450 млн дол. США: близько 50 млн дол. США склала комісія майданчика. Будучи публічною компанією, Sotheby's публікує свої фінансові показники. У 2018 р. аукціонний дім отримав виручку в 6,4 млрд дол. США, тоді як прибуток склав 109 млн дол. США. У компанії 80 відділень у 40 країнах світу, тисячі співробітників. Останніми роками справи у Sotheby's йшли не дуже добре. І причина не лише в боргах і застої на артринку, але і в позові російського мільярдера Дмитра Риболовлева на 380 млн дол. США. За його словами, співробітники Sotheby's виступали поплічниками артдилера Іва Був'є: той нібито продавав картини мільярдерів з націнкою, а цю націнку в Sotheby's виправдовували відповідними підробленими документами. Це негативно позначилося на репутації аукціонного дому: за останні кілька років вартість акцій компанії знизилась майже вдвічі – з 59 дол. до 33 дол. за акцію.

Експерти зазначають, що купівля Sotheby's має швидше негативний відтінок. Справа в тому, що аукціонні дома Sotheby's і Christie's – два найбільших у світі, разом вони контролюють до 90% всього артринку. Christie's уже багато років є приватною компанією: її ще в 1998 році за 1,2 млрд дол. США придбав також французький мільярдер Франсуа Піно (один з найбагатших людей Франції, його статок – 29,7 млрд дол. США,



**Sotheby's in New York**  
*Richard Drew/Аp/Shutterstock*

за версією Forbes). Відтоді як майданчик перейшов до рук приватної особи, він повністю припинив публікувати будь-які фінансові показники, крім виручки. У 2018 році вона становила 7 млрд дол. США. За словами представників артспільноти, перехід Sotheby's у приватні руки, з точки зору доступу до інформації, переведе ринок повністю в тінь.

*Які плюси угоди? Вважається, що Драї – прекрасний управлінець і оптимізатор бізнесу. Отримавши у своє управління Sotheby's, він зможе виправити негативну тенденцію зниження прибутковості (за рік вона впала на \$10 млн), завершити судові тяганини і зможе наростити виручку. До того ж тепер двома головними британськими аукціонними домами світу володіють французи-суперники: конкуренція між Драї та Піно може бути каталізатором для зростання кожної з компаній<sup>232</sup>.*

Ще однією формою комерційного обігу є художні ярмарки як місце періодичної купівлі-продажу витворів мистецтва, що проводилися з XV-XVI ст. під час свят в Італії, у XVII ст. вони були особливо популярні в Голландії і Фландрії. Сучасний художній ярмарок, що представляє

<sup>232</sup> Мистецтво угод: аукціонний будинок Sotheby's продали за \$3,7 млрд. *Mind.ua*. 18.06.2019. URL: <https://mind.ua/publications/20198636-mistectvo-ugod-aukcioniij-dim-sothebys-prodali-za-37-mlrd>

витвори мистецтва, становить собою організований на певний термін локальний ринковий простір, що слугує місцем зустрічі продавців і споживачів артпродукції. Учасниками події можуть бути художники, галереї, салони і магазини. Кожен ярмарок має свою спеціалізацію (наприклад, ярмарки антикваріату, сучасного мистецтва, ярмарки, що представляють національне мистецтво – індійське, китайське, російське), згідно з якою і формується склад її учасників. Організатори ярмарків переслідують різні цілі, серед яких – продаж витворів мистецтва, реклама, отримання ділових зв'язків, пошук нових партнерів і покупців. Серед переваг художніх ярмарків – пропозиція великої кількості творів відразу, які вже пройшли відбір; проведення низки заходів – виставки, конференції, відвідування приватних галерей і, звичайно ж, – можливість поспілкуватися з «людьми свого кола» – з колекціонерами, художниками, галеристами – тут зустрічаються люди, що розділяють одні і ті ж смаки і пристрасті. Серед присутніх обов'язково є і художні критики, мистецтвознавці і просто усі, кому цікаве мистецтво (особливо – мистецтво сучасне). Ярмарки, таким чином, сьогодні окрім виконання своєї комерційної функції, перетворюються на місце популяризації і актуалізації сучасного мистецтва, а загалом – стають найважливішим інститутом у процесі споживання мистецтва.

*Салони і галереї* – інституції, що займають сьогодні значне місце в системі культури і мистецтва. Салони з'явилися у кінці XVIII ст., а галереї як повноцінне явище – після Першої світової війни. Зазвичай вони спеціалізуються на одному або кількох напрямках мистецтва, мають свою політику, концепцію і орієнтуються на різні сегменти ринку. На відміну від аукціонних будинків, вони перепродають роботи від художника до колекціонера. Взаємовідносини художника і галереї, як правило, істотно варіюються. Галерея може як брати роботи у художника на реалізацію, так і викуповувати їх. Вважається, що у галериста є два несумісні завдання: просунути товар на ринку, але не дати виробникові змінити посередника. Сьогодні виконати їх просто, оскільки художник, як правило, створений галеристом, але і важко, оскільки художник починає вірити в те, що він творець, тому з ним потрібно рахуватись. Офіційно галерист забирає половину вартості продукту, на практиці значно більше: художник може запропонувати йому додаткові послуги (наприклад, декорує резиденцію, вигадує подарунки до іменин, публічно демонструє відданість), тобто вибудовуються нестатутні відносини, що є реальністю художнього життя.

Для забезпечення сталої результативності діяльності галерист, окрім виконання посередницької функції, має презентувати себе в ролі законодавця смаків. «Галерист забезпечує вивіску закладу переліком «своїх» художників – у великих ділків цього бізнесу такий список наполовину складається з імен відомих покійників. Роблять так для того, щоб імена живих опинилися у виграшній компанії. Скажімо, галерея отримує літографію Пікассо і офорт Далі. Проте це надає право в художниках галереї вказувати Далі, Пікассо, Пупкіна і Попкіна – неабиякий набір імен. Щоб фальшиві списки піднялися в ціні, галерея пропускає зібрання через музей – відмиває його так само, як рекетир неправедно нажиті гроші в ресторані і казино. Щоб музей прийняв сумнівні зібрання, його директори зв'язують зобов'язаннями урядовців і банкірів. Щоб банкір або чиновник був зацікавлений у сучасному мистецтві, він має боятися виявитися немодним і не відповідати загальному стану справ»<sup>233</sup>. Чи не «схеми» у сфері мистецтва?

Сьогодні більшість фінансових угод, що відбуваються на щоденній основі, здійснюються в найбільших столицях світу, таких як Нью-Йорк, Лондон, Чикаго і Гонконг. Між «глобальними містами» встановилися тісніші зв'язки, ніж на місцевому рівні<sup>234</sup>. Те ж саме відбувається і з ринком сучасного мистецтва, де провідну роль відіграють галереї міжнародного рівня: Gagosian Gallery (16 галерей по всьому світу), Pace Gallery, Hauser & Wirth Gallery, Perrotin Galler Zwirner Gallery (4, плюс міжнародні виставки), Marian Goodman Gallery (3), Blum & Poe Gallery (3) і Fergus McCaffrey Gallery (2, плюс міжнародні виставки). Усупереч (чи завдяки) кризі кількість міжнародних галерей тільки зростає. Найбільші сучасні художники довіряють їм продавати свої роботи: серед них Такасі Муракамі, Річард Серра, Яйой Кусама, Метью Барні, Урс Фішер, Софі Каль, Дем'єн Герст, Грегорі Крюдсон, Сінді Шерман, Андреас Гурскі, Герхард Ріхтер, Джефф Кунс, Пол Маккартні і Олафур Еліассон. Сьогодні ці галереї міжнародного масштабу змінюють систему відносин, що склалася в ХІХ ст., між торговцем і колекціонером. Зокрема, зростаючі ресурси і адміністративна гнучкість дозволяють їм швидко реагувати на нові тенденції і позичати твори у музеїв та з приватних колекцій. Галереї долучають до експертизи відомих мистецтвознавців і музейних

<sup>233</sup> Суминова Т. Н. Творческие индустрии как вариант организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства. *Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой*. № 5(52) 2017. С. 95-103.

<sup>234</sup> Sassen S. *The Global City: New York, London, Tokyo*. 1991. Princeton: Princeton University Press.

співробітників для організації виставок у власних просторах. Так працюють над міжнародними виставками, наприклад Pace Gallery і Fergus McCaffrey Gallery, а також Gagosian Gallery, коли йдеться про великі події. Для однієї з найзначиміших подій 2015 року «У майстерні» (In the Studio) Gagosian Gallery організувала не одну, а відразу дві паралельні виставки: «У майстерні. Фотографія» (In the Studio: Photographs) і «У майстерні. Живопис» (In the Studio: Paintings), які проходили в двох з п'яти просторів галереї в Нью-Йорку. Для подвійної виставки Gagosian Gallery отримала твори з 35 музеїв, різних фондів, галерей, від художників і колекціонерів. На ній були представлені роботи Пабло Пікассо, Анрі Матісса, Дієго Рівери, Жоржа Браку, Люсьєна Фрейда, Віллема де Кунінга та інших художників, що відображають чотири століття історії живопису. В міру того як ресурси галерей збільшуються, їх більше не влаштовують продажі виключно на первинному ринку — тому галереї починають дуже активно поводитися на вторинному ринку, який, як правило, є прерогативою аукціонних будинків.

---

Сьогодні конкуренція між успішними торговцями на ринку витворів сучасного мистецтва відбувається більше не на локальному, а міжнародному рівні. Щоб зайняти видне місце на цьому ринку, молоді галеристи приймають рішення відмовитися від використання постійних просторів. Так, Віто Шнабель, який впродовж багатьох років організовував кочівні виставки, відкрив галерею в Санкт-Моріце (Швейцарія), незвичайному для галерейного бізнесу місці. Енді Вальморбід і Володимир Рестаун Ройтфельд також обходяться без традиційного галерейного простору — вони винаймають приміщення по всьому світу для експозиції тих творів, які вирішують виставити на продаж. Щобільше, деякі готелі позиціонують себе як виставкові простори — альтернатива галереям. А інші (наприклад, Le Royal Monceau в Парижі, Savoy Hotel в Лондоні, мережа готелів 21c Museum в США або Langham Hotels по всьому світу) пропонують послуги, що дозволяють трансформувати їх лобі або номери у виставкові простори на зразок галерей або музеїв.

Найнеприємніший сюрприз, з яким можуть зіткнутися галереї, — рішення видатних сучасних художників відкрити власні виставкові простори, де вони виставлятимуть свої твори і власні приватні колекції. Дем'єн Герст вже започаткував цей процес: у 2015 р. він відкрив галерею Newport Street Gallery (яку також називають галереєю Демієна Герста) у Ламберте — районі Лондона, що швидко розвивається.



Розташування галереї (недалеко від Тейт Модерн) має стратегічне значення. Зокрема, виставка, що нещодавно завершилася у галереї Герста, була присвячена Джеффу Кунсу.

Загалом розвиток галерей з точки зору розширення простору показує, що у світі, який описував Вельтус в 2005 р., а також його попередники<sup>235</sup>, проходять найглибші з XIX ст. зміни. Великі музеї стали не лише самостійними місцями паломництва туристів, але також виявилися під впливом глобалізації ринку мистецтва. Як показує Бенедикт Андерсон<sup>236</sup>, упродовж XIX-XX ст. музеї були частиною «уявного співтовариства» націй. Але на початку XXI ст. вони допомогли усвідомити, що існують національні і міжнародні проєкти. Найбільші музеї показують твори зі своїх колекцій у просторах, що належать галереям з філіями по всьому світу, а також беруть участь у міжмузейному обміні міжнародного масштабу. У деяких випадках музеї навіть готові переміщати свої колекції: так, Лувр відкрив музей-спутник в Абу-Дабі в 2017 р.

Якщо говорити про *життєвий цикл галерей*, то, за даними експертів, пікове значення співвідношення між галереями, що відкрилися і завершили свій бізнес, було досягнуто в 2007 р. (4:1) і відтоді лише скорочувалося. До 2011 р. співвідношення знизилось удвічі, до 2:1, а в 2019 р. стало 1,2:1. У 2019 р. галереї, що працюють виключно на первинному ринку, мали середній обсяг продажів в 379 тис. дол. США, тоді як обіг продавців, що працюють лише з предметами вторинного ринку, склав 5,5 млн дол. США. А ось серед галерей, що працювали на обох ринках одночасно, частка продажів склала 56% робіт первинного ринку і 44% вторинного. Середній період роботи на ринку серед галерей: сучасне мистецтво – 12 років; сучасне змішане – 13 років; модернізм – 30 років; інше образотворче мистецтво – 33 роки; декоративно-прикладне мистецтво і антикваріат – 34 роки; усі продавці (у середньому) – 17 років.

Отже, для того, щоб успішно продавати сучасне мистецтво (довше затриматися на ринку), необов'язково мати 30 років практики – досить подивитися на середній вік відповідних галерей. Спостерігається тенденція очищення ринку від самовпевнених продавців, що відкрили галерейні простори в 2007-2010 рр. на хвилі популярності сучасного

<sup>235</sup> White H., White C. *Careers and Canvases: Institutional Change in the French Painting World*. 1965. Chicago et Londres: University of Chicago Press; Moulin, Raymonde. *Le Marché de la peinture en France*. 1967. Paris: Éditions de Minuit.

<sup>236</sup> Anderson B. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres, New York: Verso, 2006.



мистецтва, що наближається до свого завершення: одні закривають галереї і переходять до артдилерства, інші займають ніші логістики і менеджменту колекцій. Більшість все ж покидають ринок мистецтва, не сформувавши пулу постійних покупців і не маючи бюджету розвивати нові контакти через артярмарки.

Нарешті, межі, що все сильніше розмиваються між галереями і музеями, спровокували зародження феномену, який був немислимий ще кілька десятиліть тому, – мова про *пантуфляж*, тобто перехід держслужбовців у приватний сектор. Директори і хранителі, які займали важливі посади в музеях, покидають їх, щоб перейти на роботу в найбільші галереї і аукціонні будинки. І навпаки, торговці перекваліфікуються, стаючи частиною музейних команд. Так, колишній галерист Джеффрі Дейч близько трьох років був директором МОСА. А Пол Шиммель, звільнений Дейчем головний куратор, замість того щоб піти в інший музей, вирішив долучитися до галерейного світу: зараз він є директором і віце-президентом величезної галереї Hauser Wirth & Schimmel в Лос-Анджелесі. Джон Едерфілд і Пітер Галасси, колишні куратори МоМА, організували згадувану раніше виставку «У майстерні» в Gagosian Gallery. Марк Розенталь покинув пост куратора в Національній галереї мистецтв, Вашингтон, щоб працювати незалежним консультантом з різними музеями і галереями. Альфред Пакеман, колишній директор Центру Помпиду в Парижі, організував виставку Симона Антаї (Piage: The First Decade, 2015 р.) для галереї Mnuchin у Верхньому іст-сайді – фешенебельному районі Нью-Йорка. Дослідникам залишається тільки вивчати в подальшому, як ці зміни, що розмивають межі між музеями і галереями, будуть впливати на формування цін на твори сучасного мистецтва.

Історично, галеристів потіснили *куратори*, що було обумовлено процесом механізації виробництва, масового характеру художньої діяльності, і необхідністю оцінювати та класифікувати художні потоки. Куратор – це вже більше менеджер з маркетингу. Характерно, що професія галериста при цьому збереглася, просто в мистецтві виник ще один посередник. У сьогодиньньому середовищі у широкому сенсі куратор є фахівцем, відповідальним за підготовку і здійснення якого-небудь художнього проекту (виставки, галереї, фестивалю, бієнале). Така людина має досконало володіти знаннями в економічних і юридичних питаннях організації подібних заходів, мати навички спілкування з людьми з творчих і наукових сфер діяльності, а також бути обізнаною з популярними напрямками в мистецтві та відчувати естетичні смаки й

переваги споживачів благ у сфері мистецтва. Звичайно, що усі ці навички потрібні для максимізації прибутку і успішності проведеної кампанії.

Ретроспектива показує, що інститут кураторства отримав визнання в другій половині ХХ ст. і пов'язано це з розвитком «концептуального мистецтва», яке вимагає особливої презентації та інтерпретації для найбільш точної передачі задуму художника до простого відвідувача виставки. Основною фігурою в цьому процесі стає Харольд Зеєман, який в 1972 р. організував експозицію п'ятої «документи», що отримала назву «Осмилюючи реальність. Світ образів сьогодні» (questioning reality, pictorial worlds today). Це була перша експозиція, у якій опинився не художник, а куратор, тому саме робота куратора з цього часу потребувала осмислення та аналізу. Де увага критиків уперше була прикута не до окремих мистецьких творів, а до того, яким чином Зеєман зробив їх вторинними стосовно власної кураторської концепції<sup>237</sup>.

*Артдилер* – людина, яка купує і продає витвори мистецтва. Інститут артдилерства виник в ХІХ ст. у Франції – на той час світовій столиці художнього життя. На вимогу ринку вони почали цей ринок обслуговувати, приводячи в рівновагу попит і пропозицію. Так, серед класичних досліджень у праці професора Л. П. Сінгера, особливе місце відведене вивченню інституту дилера<sup>238</sup>. *Зокрема, автор пов'язує саму потребу виникнення подібної форми посередницьких послуг у кінці ХІХ ст. із зародженням принципів нового світового стилю в мистецтві – імпресіонізму, протиставивши повсюдному пануванню трудової теорії вартості і оцінці пам'яток, що відповідала їй, за витраченими годинами і матеріалами: інноваційний продукт – фотографічно точна передача зорового враження за 15 хвилин роботи. Саме чинник швидкості творчого виробництва привів до перенасиченості ринку пропозицією: картини імпресіоністів продавалися у буквальному розумінні всюди – причому на тлі повної відсутності попиту. Відповіддю на відсутність попиту була поява низки торгових майданчиків, найбільш прославленим з яких залишилась артгалерея А. Воллара (Ambroise Vollard).*

<sup>237</sup> Маричевська О. Кураторство як чітке висловлювання. *Образотворче мистецтво*. 15.03.2018. URL: <https://fineartsukraine.wordpress.com/2018/03/15/кураторство-як-чітке-висловлювання-о/>

<sup>238</sup> Singer L. P. Phenomenology and Economics of Art Markets: An Art Historical Perspective. *Journal of Cultural Economics*. 1988. Vol. 12. No. 1. Pp. 27-40; Singer L. P., Lynch G. Public Choice in the Tertiary Art Market. *Journal of Cultural Economics*. 1994. Vol. 18. No. 3. Pp. 199-216.

Якщо враховувати особливості взаємовідносин між художником і посередниками, то артдилер є більш значимою для нього фігурою. Він вивчає ринок художніх творів, встановлює відносини з художниками, з колекціонерами, музеями, галереями мистецтва, виявляє потенційно зацікавлених у роботі художників. Основне завдання дилера – пошук і купівля робіт за найбільш вигідними цінами і перепродаж їх за більш високою ціною колекціонерам або галереям. Зазвичай дилер спеціалізується на певному стилі, часі або регіоні, буває і на персоналії. Дилера відрізняє від галериста те, що дилер зазвичай не має своїх площ, але його роялті, як правило, вище і складають до 50%.

Необхідність виникнення інституту артдилерства полягає у формуванні системи «ціна-якість» і виконанні функції побудови надійної екстраполяції зміни громадських смаків на найближче майбутнє. Тому актуальним є питання опису артдилерства як соціоекономічного явища, зокрема знаходження місця цієї групи посередників у системі функціонування художнього ринку; визначення особливостей дилерських підходів до ціноутворення на предмети мистецтва і, нарешті, порівняння їх з цінами, що виставляються аукціонними будинками. Однак безперечною основою такої ціни є не що інше, як безпомилковість прогнозу, зробленого дилером під час переведення майстра з першого на другий ступінь відповідного ринку<sup>239</sup>.

Поняття якості, цінності в цьому випадку неможливо пов'язати з якимись чи матеріальними, чи об'єктивними їх показниками типу ваги, кольору, запаху, міцності, зручності та іншого, оскільки нічого цього у витворах мистецтва просто немає. Зрозуміло, що визнання або невизнання продукту творчої праці витвором мистецтва кардинально впливає на його ціну. Один з великих американських артдилерів Ніколас Уайлдер майже 40 років тому зазначав: «Що робить дилер, щоб в результаті підняти ціни на роботи художника: договори з великими дилерами, галереями, письменниками, критиками, музеями, аукціонами? Чим більше просуваєш роботи художника, тим ширше стає коло покупців, зростає популярність, і ціни йдуть вгору. І на цьому етапі ми вже говоримо про те, що цінність картини починає створюватися зусиллями дилера. ... На артринку майже усі ціни «зроблені»<sup>240</sup>.

<sup>239</sup> Кольчева В. А. Арт-дилерство как социоэкономический феномен: зарубежный опыт. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2014. Вып. 4. С. 103-116.

<sup>240</sup> Как стать арт-дилером?. *ArtAndYou*. 19.02.2012. URL: [https://artandyou.ru/technology/byit\\_art\\_dilerom/](https://artandyou.ru/technology/byit_art_dilerom/)

Експерти справедливо пропонують звернути увагу на існування такого невичерпного ресурсного джерела для досвідчених гравців як «блошині ринки», що відомі своєю можливістю за невеликі кошти отримати справжні шедеври, і, відповідно, що теж не проливають світла на проблему ціноутворення на предмети мистецтва. Свою назву такі ринки одержали наприкінці XVII століття, з часу виникнення. Продавці пропонували старі поношені речі, а оскільки санітарних норм не дотримувалися, найчастіше такий одяг кишів блохами. Відповідно, місця продажу цього мотлоху в народі стали називати «блошиними» ринками<sup>241</sup>. Ретроспектива показує, що функціонування цих торгових майданчиків забезпечується головню військовою історією XX ст.: згідно з авторитетним кримінологом професором С. Чанелсу (Sol Chaneles), сумарна кількість «зниклих без вісті» впродовж Другої світової війни пам'яток, що мають естетичну (і паралельно економічну) цінність, досягає 16 млн. Твори, що експропріюють, найчастіше з'являються якраз на «блошиних ринках»; причиною цього здебільшого є неспроможність нинішніх власників правильно оцінити реальну вартість наявного майна.

Важливим суб'єктом ринку є меценат-колекціонер – «багатий покровитель наук і мистецтв». Меценатство і добродійність як соціокультурні явища мають глибокі історичні корені. Сам термін «меценатство» походить від імені багатого римлянина Гая Цільнія Мецената, що оточив себе поетами, до числа яких входили, зокрема, Вергілій і Горацій. Меценат всіляко допомагав поетам. Як свідчать хроніки, не безкорисливо, а часто використовуючи це і в політичних цілях.



**Гай Цільній Меценат**  
(лат. **Gaius Cilnius Maecenas**;  
**13 квітня 68 до н. е. – 8 до н. е.**)  
– давньоримський державний  
діяч і покровитель мистецтв

<sup>241</sup> Що таке «блошині ринки» і чому вони так називаються. *Гордон.іа.* 24.10.2018. URL: <https://gordonua.com/ukr/interesting/-shcho-take-bloshini-rinki-i-chomu-voni-tak-nazivajutsja-448503.html>

Геніальність Мецената полягала в тому, що він вгадав можливості мистецтва, яке в ті часи було дистанційовано від громадських проблем, впливати на уми суспільства. Таким чином, хоча меценатство і не є професійною сферою діяльності людини, меценат здатний істотно впливати на соціальний і художній розвиток суспільства, патронуючи і просуваючи певне мистецтво певних художників<sup>242</sup>.

Так, завдяки звіту TEFAF Art Market Report під назвою Art Patronage in the 21st Century – «Меценатство в XXI столітті» (10 березня 2020 р.) можна уявити про сьогоднішній стан меценатської діяльності у регіонах світу (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Предмети мистецтва і колекціонування в приватному володінні і меценатська діяльність за регіонами**

Регіон	Вартість предметів мистецтва та колекціонування в приватному володінні найбагатших людей, млрд дол. США	Частка приватних пожертвувань на мистецтво в рік від загальної вартості колекцій, %
Африка	13,03	7,67
Латинська Америка	79,29	1,39
Близький Схід	92,73	8,20
Азія	370,11	5,08
Європа	403,42	11,95
США	630,50	11,90

Джерело: *Art patronage in the 21st century*. - <https://amr.tefaf.com/>

На тлі інших регіонів найбільша частка меценатів – європейці, а в США благодійність здебільшого пов'язана з оптимізацією оподаткування. Із звіту також випливає, що мистецтво підтримують 88% всіх тих, хто взагалі займається приватними дотаціями в Азії, і 78% – у Європі. Азіатські «професійні» меценати менше підтримують музеї, ніж їх європейські колеги, аргументуючи це тим, що це насамперед турбота держави. А ось некомерційні організації і (особливо) художники отримують від азіатських меценатів більше уваги (як наслідок, китайські сучасні художники настільки популярні на міжнародній арені). У Китаї непотрібні предмети мистецтва віддають на переробку

<sup>242</sup> Долганова Е. А., Хангельдиева И. Г. Арт-рынок: полифункционализм и полифонизм основных субъектов. *Социология власти*. 2010. № 5. С. 118-128. URL: <https://cyberleninka.ru/journal/n/sotsiologiya-vlasti?i=1059737>

для виготовлення нових полотен для артшкіл, у Росії – дарують музеям для поповнення запасників. А от співвідношення підтримки серед меценатів сфери мистецтва в Азії і Європі має таку структуру (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Об'єкти підтримки серед меценатів сфери мистецтва в Азії і Європі

Об'єкт підтримки	Азія, %	Європа, %
Музеї	73	90
Некомерційні організації	91	80
Художні школи	42	37
Художники	92	70

Джерело: *Art patronage in the 21st century*. URL: <https://amr.tefaf.com/>

Deloitte і Capgemini, ArtTactic провели опитування серед учасників ринку мистецтва щодо їх залученості в благодійність (усього опитано 541 респондент). Ось деякі результати: близько 80% діячів ринку мистецтва – артдилерів, аналітиків, консультантів, співробітників аукціонних будинків, артфондів, менеджерів колекцій та ін. – підтримує некомерційний сектор мистецтва фінансово або наданням послуг на безоплатній основі. Про це заявили 77% «міленіалів» (вік до 35 років), 78% респондентів «покоління X» (вік 35-55 років), а також 85% «бебі-бумерів» (від 55 років і вище). 51% респондентів надають підтримку мистецтва на щорічній основі, 28% – щомісяця, а 5% вносять свій внесок у некомерційний сектор щотижня. Слід зазначити, що волонтерство виділене звітом в окремий клас благодійності, яке особливо популярне серед молодого покоління. Під «волонтерством» ArtTactic розуміє все, що не стосується пожертвування грошей, однак може бути тарифіковано: 67% респондентів регулярно пропонують свій час, досвід і поради некомерційним організаціям, сфері освіти і персонально художникам.

Цікавою є інформація, що молодь не вірить у благодійні артпроекти, проте молодому поколінню до вподоби сама атмосфера благодійності, що має на меті закриті заходи. В епоху глобалізації їй більше хочеться підтримувати музеї, які відкриті для всіх, до того ж підтримувати

анонімно. Окрім того, сучасна молодь, розуміючи значимість самоосвіти, менше підтримує художників на етапі становлення і артшколи, вважаючи, що це їх власна справа. Серед джерел інформації, які змусили меценатів здійснювати внески на користь мистецтва – електронний лист, збір коштів онлайн, особисте письмове звернення, благодійні офлайн-заходи, краудфандингова компанія, благодійна лотерея, СМС-звернення, ходіння по квартирах, інші канали, самостійне рішення. Як мінімум половина респондентів позитивно реагувала на два і більше інформаційних канали. Перша позиція – електронні листи, далі перевага надається тим об'єктам підтримки, які супроводжуються соціальними подіями, чи то благодійний аукціон, чи онлайн-зібрання в будь-якій формі. Проте третина благодійників керується власними міркуваннями під час вибору об'єкта і визначення суми внеску<sup>243</sup>.

Отже, розглянувши феномен артринку з точки зору його функцій і основних суб'єктів, слід констатувати, що найважливішою умовою успішного його функціонування є формування і розвиток інфраструктури, що забезпечує безперерйне просування художніх продуктів від художника до публіки. На сьогодні у світі склалася складна і багаторівнева інфраструктура артринку – відповідна екосистема, про яку ми будемо ще говорити.

### 3.5. Ринок культурних цінностей

З позицій економіки, основними ефектами у формуванні попиту на ринку культурних цінностей, якими торгують, є ефекти Веблена (зростання попиту при зростанні ціни, підкреслення статусу потенційного покупця) і ефект сноба (небажання наслідувати думку і смаки більшості). Ринок культурних цінностей багато в чому схожий на ринок елітної нерухомості. Він позитивно корелює з фондовим ринком, проте є випадки негативної кореляції (як правило, для цінностей вищої якості світового рівня). Криза на ринку культурних цінностей (зниження індексів) проявляється через 6-9 місяців після падіння котирувань на фондовому ринку. Пропозиція на ринку культурних цінностей не еластична, обмежена, ціна визначається попитом. Як правило, вартість культурних цінностей не знецінюється, а збільшується з часом.

---

<sup>243</sup> Белькевич Д. Потери участников арт-рынка. Отчеты Art Handler / Art Basel & UBS. *ARTinvestment.RU*. 31.03.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331\\_crisis\\_report.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331_crisis_report.html)



Сьогодні існують такі види ринку, на яких продаються і купуються культурні цінності: аукціон; галерея; ярмарок (артярмарок, художній ярмарок, ярмарок мистецтва і т.ін.); виставка; пряий продаж колекціонером або спадкоємцем; майстерня художника (автора). Останнім часом стають популярними інтернет-ярмарки і аукціони. Форма продажів помітно впливає на ціноутворення культурних цінностей, що перебувають в обігу. Аукціонні продажі формують верхню межу вартості культурних цінностей. Інформація про такі угоди достовірна, ризик недостовірності мінімальний. Реальна ціна, що формується на аукціоні, включає такі складові: так звана «молоткаста» ціна (ціна, за якою лот проданий); комісійні продавця (сплачуються аукціонному будинку продавцем, віднімаються з «молоткастої» ціни, як правило, складають 10-20% від «молоткастої» ціни, іноді нижче); премія покупця (12-25% від «молоткастої» ціни); податок авторові або його спадкоємцям (у Росії – 5% від суми угоди, коли твір продається за ціною, що перевищує 20%; у країнах-членах Євросоюзу – 0,5-5% діє впродовж 70 років після смерті автора); податок на додану вартість (ПДВ, VAT) – залежно від країни, де проводився аукціон, 17-22%; транспортні витрати (наприклад, доставка з Європи); витрати на страхування – від 0,1 до 4,5% (зазвичай 0,5-3%) від страхової вартості залежно від типу предмета.

*Естимейт*, або попередня оцінка лота, що продається, зазвичай формується таким чином: нижня планка естимейта складає 60-70% від ціни продажу кращої аналогічної проданої роботи автора (бази), верхня планка – 80% від бази. Резервна ціна, нижче якої лот не може бути проданий, встановлюється на рівні 75-80% від нижнього значення естимейта або дорівнює йому.

Один аукціонний продаж не може бути остаточною ціною. Тільки за наявності 7-10 продажів аналогічних (дата створення, якість, розмір) робіт можна говорити про ціни, що сформувалися на конкретні витвори мистецтва автора. Інформацію про аукціонні продажі можна використати під час проведення оцінки культурних цінностей в основному методами порівняльного підходу (методом аналізу ієрархій, методом порівняння аналогічних продажів, трендовим аналізом, шляхом вивчення статистики продажів). Основне, на що звертають увагу, це: 1) дата аукціонного продажу (використання даних про угоди, що сталися понад 1 рік тому, небажане). Варто приділити увагу динаміці індексів мистецтва (індекс Мея-Мозеса, індекси Skate's Top, ARTIMX), цін, що відбивають зміну на «середній твір» автора або

цілого художнього стилю (найактуальніше для живопису, графіки, фотографії, принтів); 2) розрив між естимейтом і «молоткастою» ціною.

Дослідження показують, що у експертно-оціночному співтоваристві постійно відбуваються дискусії стосовно того, чи є ціна продажу на аукціоні ринковою і чи є вона основою для визначення ринкової вартості. На наш погляд, аукціон – це ринок, що підпорядковується своїм специфічним законам і механізмам регулювання. Спірним залишається той факт, що ціна, яка визначена двома останніми учасниками торгів, претендує на назву «ринкова». Тобто це ринкова ціна попиту на дату продажу. Очевидно, що остаточну ціну треба «очистити» від комісійних продавця і премії покупця (по суті, це комісійні аукціонному будинку).

Також, на нашу думку, у деяких випадках потрібне уточнення «молоткастої» ціни на премію за ірраціональність, що утворюється в результаті торгів понад естимейт і яка зазвичай становить 10-40% (бувають випадки, коли вона дорівнює 0 відсоткам, а іноді доходить до 300% і навіть більше). Така знижка має бути ретельно обґрунтована в результаті вивчення статистики продажів робіт конкретного автора (а також аналогів) за досить тривалий часовий інтервал. У випадку, якщо лот не проданий, ціна і вартість на інші роботи автора в обігу зменшуються, як правило, на 30-50% і навіть більше. Цей факт оцінюється як втрата інтересу до автора (художника), вихід з моди, несприятлива кон'юнктура на ринку культурних цінностей.

Корегування ринкової вартості витворів мистецтва і культурних цінностей також здійснюється за допомогою цін, пропонованих галереями і артярмарками (в основному міжнародними). Галереї і ярмарки здебільшого пропонують живопис, графіку, скульптуру. Ціни, що виставляються галереями, дозволяють оцінити поточну вартість конкретних художників як двомірного, так і тривимірного простору. Це ціни пропозиції. Як показує практика, ціни на великих артярмарках на 20% вищі за галерейні. Д. Томпсон зазначає: «Ярмаркові ціни на модного художника починаються від галерейної ціни плюс одна третина різниці між галерейною і аукціонною ціною»<sup>244</sup>. У більшості ж випадків, очевидно, що ринкова вартість перебуває в інтервалі між галерейною і аукціонною ціною. Часто галерея є джерелом ціноутворення творів конкретного художника (автора), що просувається нею. Особливостями ціноутворення на картини в галереях є таке: первинна ціна на роботу

<sup>244</sup> Томпсон Д. Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах. М.: Центрполиграф, 2009. 382 с.

художника відбиває репутацію галереї (мейнстрім – від 2,5-4 тис. дол. США, брендова – від 12-15 тис. дол. США).

У галереях ціна зазвичай не встановлюється нижче 2 тис. дол. США; артдилери і галереї в жодному разі не знижують ціни на твори (зниження цін свідчить про те, що художник втратив інтерес і прихильність публіки); ціни встановлюються згідно з принципом «краще розпродати усю виставку, ніж продати одну роботу за максимальну ціну»; стандартна знижка в галереях, що закладається в ціну, – 7-20% (здебільшого 10%); верхня межа дилерських цін визначається аукціонними цінами; існує можливість для арбітражу (у Європі ціни в галереях вищі, ніж в США, на 25-45%). Іноді галереї встановлюють правило, згідно з яким покупець не має права вмити перепродати іншій галереї або виставити на аукціон твір, не запропонувавши його спочатку придбати галереї, де твір був куплений.

Хорошим помічником для оцінювачів є довідник «Єдиний художній рейтинг»<sup>245</sup>, що встановлює мінімальні ціни на художні твори двомірного і тривимірного простору. Галереї і артдилери активно ним користуються. Рейтингові категорії - 1 – художник світової популярності, перевірений часом (не менше століття); – 1А – художник світової популярності; – 1В – художник-професіонал високого класу з видатними організаторськими здібностями, що має безумовний попит і популярність; – 2А – художник-професіонал високого класу з яскраво вираженою творчою індивідуальністю; – 2В – художник-професіонал високого класу, визнаний і затребуваний художнім ринком і публікою; – 3А – художник-професіонал з впізнаваним індивідуальним стилем; – 3В – художник-професіонал, визнаний і затребуваний художнім ринком і публікою; – 4А – професійний художник, що відбувся, з творчим потенціалом; – 4В – професійний художник, що відбувся, затребуваний художнім ринком; – 5А – художник, що склався, з творчим потенціалом; – 5В – професійний художник, що склався; – 6А – художник, що формується, з творчим потенціалом; – 6В – професійний художник, що формується; – 7 – художник-початківець.

Техніка виконання – техніка 1 – полотно, олія (акрил, темпера і т. п.), розмір 50 × 60 см; – техніка 2 – папір, акварель (гуаш, пастель і т. п.), розмір 40 × 50 см; – техніка 3 – станкова графіка (туш, олівець і т. п.), розмір 20 × 30 см; – техніка 4 – авторська друкарська графіка

<sup>245</sup> Єдиний художественный рейтинг ваш ориентир в мире искусства. *Профессиональный союз художников России*. 2020. URL: <http://rating.artunion.ru/>

(офорт, літографія, гравюра і т. п.), розмір 20 × 30 см; – техніка 1 для тривимірного простору – скульптурні твори станкового характеру.

Стосовно цінових рекомендацій, поданих у довіднику «Єдиний художній рейтинг»: ціни є рекомендованим соціальним мінімумом на роботи з тимчасових (що живуть і працюють) художників; під час формування рекомендованих цін на роботи сучасних художників враховуються і ціни антикварного ринку; ціни наведені в доларах США; ціни включають послуги менеджерів і галерей, тобто є підсумковими для покупця незалежно від того, на первинному або вторинному ринку робиться купівля<sup>246</sup>.

---

Щодо оцінки культурних цінностей, то нею займаються музейні працівники, антиквари, експерти митних служб, експерти аукціонних будинків, галерей і виставок, експерти-оцінювачі. Практика показує, що усі вони по-різному розуміють ринкову вартість об'єктів оцінки, процес оцінки і тлумачать поняття «культурні цінності». Єдина методологія оцінки культурних цінностей не розроблена. Багато хто вважає, що на ринку культурних цінностей діють свої специфічні закони, відмінні від загальних економічних законів матеріального світу. Щоб в цьому розібратися, необхідно враховувати думки і поради відомих артдилерів, музейних працівників, антикварів і представити проблему з точки зору оціночної теорії, особливостей об'єкта оцінки, основних принципів і методів оцінки.

На ринку об'єктами оцінки є антикваріат, предмети колекціонування, музейні предмети, культурні цінності. Усі ці поняття за суттю не одне і те ж. Антикваріат – це старі і рідкісні художні твори або цінні речі, які є об'єктом торгівлі і збирання. Так, основними ознаками антикварної речі фахівці вважають такі: старість; рідкість або унікальність; несерійність; пов'язаність з історичною епохою або історичними подіями; неможливість відтворення; художня цінність. Щоб річ вважалась антикварною, вона повинна мати хоч би одну з перерахованих ознак. Головною ознакою є категорія старості, і вона має бути присутньою завжди. Під предметами антикваріату розуміють культурні цінності, створені понад 50 років тому. До 2002 р. торгувати антикварними речами могли тільки їх автори або організації, що мають відповідну ліцензію.

---

<sup>246</sup> Єдиний художественный рейтинг ваш ориентир в мире искусства. *Профессиональный союз художников России*. 2020. URL: <http://rating.artunion.ru/>

У Міжнародних стандартах оцінки (МСО, 2007 р.) у підпункті 3.2 пункту 3 Міжнародне керівництво за оцінкою 5 (МР 5) «Оцінка вартості рухомого майна», введено термін «предмети колекціонування» – широкий термін, що використовується для опису об'єктів, що збираються у зв'язку з інтересом, який вони викликають завдяки їх рідкості, новизні або унікальності. У деяких державах цей термін може застосовуватися серед іншого до витворів мистецтва, старовинних предметів, коштовних каменів, ювелірних виробів, музичних інструментів, колекцій нумізматики або філателій, рідкісних книг і архівних матеріалів. В інших країнах цей термін використовується для позначення як вказаних категорій, так і широкого спектру об'єктів, які не належать до якої-небудь іншої категорії «рухомого майна».

У Законі України «Про музеї та музейну справу»<sup>247</sup> цей термін визначено таким чином: «Культурні цінності – об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню, охороні, перелік яких визначено Законом України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей»<sup>248</sup>. У цьому Законі таке визначення: «Культурні цінності – об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню та охороні, відповідно до законодавства України, а саме: оригінальні художні твори живопису, графіки та скульптури, художні композиції та монтажні з будь-яких матеріалів, твори декоративно-прикладного й традиційного народного мистецтва; предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства та держави, науки і культури, історією, а також такі, що стосуються життя та діяльності видатних діячів держави, політичних партій, громадських і релігійних організацій, науки, культури та мистецтва; предмети музейного значення з археологічних розкопок; складові частини та фрагменти архітектурних, історичних, художніх пам'яток і пам'яток монументального мистецтва; старовинні книги й інші видання, що становлять історичну, художню, наукову та літературну цінність, окремо чи в колекції; манускрипти й інкунабули, стародруки, архівні документи, зокрема кіно-, фото- і фонодокументи, окремо чи в колекції; унікальні та рідкісні музичні інструменти;

<sup>247</sup> Про музеї та музейну справу. Закон України від 29.06.1995 р. №249/95-ВР. *Відомості Верховної Ради*. 1995. № 25.

<sup>248</sup> Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей. Закон України від 21.09.1999 № 1068-XIV. *Відомості Верховної Ради*. 1999. № 48.

різноманітні види зброї, що має художню, історичну, етнографічну та наукову цінність; рідкісні поштові марки, інші філателістичні матеріали, окремо чи в колекції; рідкісні монети, ордени, медалі, печатки й інші предмети колекціонування; зоологічні колекції, що становлять наукову, культурно-освітню, навчально-виховну або естетичну цінність; рідкісні колекції та зразки флори і фауни, мінералогії, анатомії та палеонтології»<sup>249</sup>. Окрім того, згідно з УКТЗЕД (Український класифікатор товарів зовнішньоекономічної діяльності), культурні цінності – вироби мистецтва, предмети колекціонування або антикваріату – товари, що належать до товарних позицій за кодами 9701-9706<sup>250</sup>. Зміст зазначених кодів детальніше розшифровується відповідним наказом Міністерства культури України.

Переміщення культурних цінностей включає питання ввезення/вивезення предметів мистецтва в Україну/з України, і права власності та володіння колекціонерів, і статус експертів, уповноважених оцінювати роботи. Виявляється, у нашій державі все це – у зародковому стані. У той час, як у західних країнах завдяки ліберальним правилам ввезення-вивезення предметів культурної цінності артжиття вирує, у нашій державі ситуація така, що кожен митник, якому здасться, що картина схожа за описом на ту, яка перебуває у «чорному» списку, може забронити перетин кордону і вилучити її. Така ситуація не лише обмежує українських художників, що не можуть гідно презентувати себе у світі, але й позбавляє Україну шансу стати артхабом для всієї Східної Європи.

**Мало хто знає, але нещодавно у нас трапився неприємний дипломатичний інцидент.** Президент Зеленський подарував одному зі своїх закордонних гостей картину Марії Приймаченко. Яким же було здивування гостя (і сором з боку нашої делегації), коли його затримали з цим полотном у Борисполі і відпустили лише за деякий час, після залучення експертів та проходження купи формальностей. Ця ситуація наштовхнула небайдужих колекціонерів, депутатів, представників Мінкульту, галузевих експертів проаналізувати ситуацію у сфері переміщення культурних цінностей. Навіть поверхневий

<sup>249</sup> Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей. Закон України від 21.09.1999 № 1068-XIV. *Відомості Верховної Ради*. 1999. № 48.

<sup>250</sup> Про затвердження Переліку товарів із зазначенням їх кодів згідно з УКТЗЕД, на які Міністерством культури України видається свідоцтво на право вивезення (тимчасового вивезення) культурних цінностей з території України. Наказ Міністерства культури і туризму України від 20.08.2008 р. №37. *Офіційний вісник України*. 2008. № 18.

погляд на проблему довів, що тут є цілий масив невирішених питань. Насамперед зрозуміло, що сьогодні 90% цього ринку перебуває в тіні. Умови ведення цього бізнесу не прозорі, не зрозумілі. Є чимало питань щодо переміщення культурних цінностей через кордон. Більшість колекціонерів – власників предметів мистецтва навіть не мають жодного документа, що підтверджує їхнє право володіння, не кажучи вже про право власності. Крім того, виявилось, що предмети мистецтва, які перебувають у музеях, не оцифровані. І каталоги тих культурних цінностей, які перебувають у розшуку або пропали, невпорядковані. Здебільшого опис цих предметів виглядає так: «картина 9×18 із зображенням дівчини у блакитному». Можна собі уявити розгубленість митника, який відкриває цей реєстр і бачить опис, під який підпадають сотні полотен. Тому Український клуб колекціонерів сучасного мистецтва ініціював розробку законопроекту з робочою назвою «Про культурні товари та предмети культурної спадщини», який покликаний вирішити проблеми артринку, переміщення культурних цінностей, визначити статус експертів, котрі працюють у цій сфері, тобто врегулювати сферу культурних цінностей, які є в нашій країні. У межах підготовчої роботи над документом почали вивчати міжнародний досвід і виявили, що у більшості країн артринку максимально відкриті. Є, звісно, і деякі табу. У тій же Британії є заборона на вивезення історичних портретів. Це є цінністю країни – їх можна вивозити лише у межах експозиції з обов'язковим поверненням. Але при цьому навіть дуже відомі роботи, які коштують мільйони, можна купувати і вивозити – через аукціонні будинки, сплачуючи при цьому податки. Чому у нас таке ставлення до предметів мистецтва – невідомо... Потребують серйозного опрацювання питання експертизи культурних цінностей. Є багато механізмів, які ми розробляємо і включаємо до законопроекту. Зокрема, створення трьох реєстрів, у яких буде вичерпний перелік різних категорій предметів мистецтва. Перший реєстр – це культурні цінності, які належать народу України, і які не можна вивозити за жодних обставин — тільки на виставки або експозиції. Другий реєстр – предмети мистецтва, які можна вивозити, але на це потрібно отримувати спеціальний дозвіл. І третій – це товари культури, які можна вивозити без жодних обмежень. Зокрема, картини, які не представляють історичної цінності, лише естетичну<sup>251</sup>.

<sup>251</sup> Хотенко О. Переміщення культурних цінностей через кордон України. В чому проблема і де знайти рішення. *НВ*. 01.08.2020. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/predmeti-mistectva-na-ukrajinskomu-kordoni-chomu-sistema-ne-pracyuye-50063062.html>



Важливим є питання страхування художніх цінностей. Як свідчить зарубіжний досвід, ця процедура у розвинутих країнах Європи та Америки є явищем затребуваним і поширеним. Надзвичайно розвинений страховий бізнес у США, закон зобов'язує страхові компанії надавати державним органам інформацію про склад і вартість застрахованих приватних колекцій культурних цінностей. Виконання такого припису забезпечується системою страхового нагляду (у випадку порушення скасовують ліцензію на здійснення страхової діяльності) та особистою ініціативою колекціонерів (страховий поліс дає можливість безпечного існування колекції та дозволяє експонувати її у своїй країні та за кордоном)<sup>252</sup>. Щоб застрахувати предмет мистецтва, страховиківі необхідно здійснити його оцінку.

Особливість артринку полягає в тому, що предмет мистецтва не має жодної ринкової вартості доти, поки не пройде експертизу та не отримає документ, який підтвердить його цінність і достовірність. Без технологічної експертизи, яка може достовірно визначити дату створення предмета мистецтва, провести мистецтвознавчу експертизу досить проблематично. Специфіка страхування предметів мистецтва полягає у їхній високій відповідальності поряд з низькими ставками страхування. За різними оцінками вони складають від 0,25-0,5 до 1-2% на рік від суми вартості твору. Формування тарифу в кожному випадку відбувається індивідуально, до уваги беруться всі фактори за таким полісом: цінність експонату, спосіб його транспортування, якість упаковки, тривалість експонування, наявність протипожежної та охоронної систем, стан приміщення, наявність озброєної охорони тощо<sup>253</sup>.

Слід зазначити, що на сьогодні в Україні обов'язково страхуються всі культурні цінності, які вивозять на міжнародні виставки за кордон – це прописано Законом України «Про ратифікацію Угоди про вивезення та ввезення культурних цінностей» (від 11.01.2006). Страхування виїзних виставок вітчизняних музеїв (страховка «від стінки до стінки» обов'язкова у світовій практиці) відчутних доходів українським страховикам не приносить, оскільки музеї страхуються за рахунок

---

<sup>252</sup> Игбаева Г. Р. Страхование культурных ценностей. *Международный художественный бизнес в контексте глобализации*: матер. Всерос. науч.-практ. конф., 25 янв. 2007 г. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2007. С. 120-122.

<sup>253</sup> Шпирало-Запоточна Л. Особливості страхування культурних цінностей у контексті сучасного художнього процесу. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2013. Вип. 23. URL: [https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf\\_visnyk/23/41.PDF](https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/23/41.PDF)

сторони, що приймає. На час виїзних виставок договір страхування на умовах «wall to wall» залишається одним з найефективніших засобів захисту предметів мистецтва від артнепінгу (викрадення предметів мистецтва)<sup>254</sup>.

Ще один важливий бік ринку художніх цінностей – безпека. Зростання попиту на історичні і художні цінності збільшує кількість злочинних посягань на них, а контрабандні операції з художніми і історичними цінностями не лише в Україні, але й у світі сьогодні мають масовий характер. «Глобалізаційні процеси спричиняють проникнення злочинності в найрізноманітніші сфери соціального, економічного і політичного життя суспільства... На сьогодні в Інтернеті відкрито безліч магазинів, що пропонують споживачам різноманітні товари, у тому числі і антикваріат. Вивчення ресурсу Інтернет виявило понад 5000 спеціалізованих віртуальних антикварних сайтів щодо купівлі-продажу культурних цінностей... Оперативним підрозділам необхідно використовувати нові можливості отримання оперативної інформації для протидії контрабанді культурних цінностей і інших предметів, визначених у ст. 201 і ст. 305 КК України... Для ефективного оперативно-розшукового забезпечення протидії контрабанді потрібно: чітко визначити поняття культурних цінностей та окреслити їхній склад, систематично проводити профілактичну роботу, використовувати можливості сучасних інформаційних технологій і систем для отримання інформації, здійснювати внутрішню та зовнішню взаємодію<sup>255</sup>.

Важливим питанням політики управління ринком мистецтва є програми та методи боротьби з незаконним обігом культурних цінностей та антикваріату, що вимагає, як показує практика, рішучого багатостороннього підходу з боку країн. Так, на рівні ЄС вважається, що основним елементом цієї боротьби є посилення належної обачності, зокрема у торгівлі творами мистецтва в Європі.

Для розгляду зазначеної ситуації в березні 2018 р. у штаб-квартирі ЮНЕСКО була організована конференція «Залучення Європейського ринку предметів мистецтва до боротьби з незаконним обігом культурних цінностей» за участю експертів і представників

<sup>254</sup> Немченко С. Б., Рыбкина М. В. Особенности страхования от артнепинга. *Международный художественный бизнес в контексте глобализации: матер. Всерос. науч.-практ. конф.*, 25 янв. 2007 г. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2007. С. 122-125.

<sup>255</sup> Хараберюш О. І. Протидія контрабанді в Україні: оперативно-розшуковий аспект: монографія. К.: ВД «Дакор», 2015. 416 с.

ЮНЕСКО, держав-членів ЄС, ринку предметів мистецтва та інших міжнародних і неурядових організацій. «Ми вперше запрошуємо до участі представників державного і приватного секторів держав-членів ЄС з метою зміцнення діалогу і співпраці для боротьби з незаконним обігом культурних цінностей. Співпраця з представниками ринку творів мистецтва має в цій боротьбі чільне значення», – пояснила Мехтільд Росслер, заступник Генерального директора ЮНЕСКО з питань культури. Незаконно вивезені предмети мистецтва виявляються в міру їх ввезення в Європу, поширення її території і вивезення за її межі. Таким чином, ці предмети мистецтва потрапляють на законний європейський ринок. Торгівлю на чорному ринку дуже складно відстежити і кількісно оцінити, тому необхідно особливо посилити заходи щодо попередження та контролю. «Ми потребуємо в більшій кількості спеціалізованих державних прокурорів і експертів з аналізу незаконної торгівлі. Нам необхідна стандартизація документації, особливо щодо походження предметів мистецтва, а також узгодження законодавств ЄС про злочини у сфері мистецтва», – заявила Лінда Альберстон, Генеральний директор Асоціації з розслідування злочинів у сфері мистецтва.

Ринок предметів мистецтва, що включає торговців, колекціонерів і аукціонні будинки, відіграє важливу роль у цій боротьбі і все частіше співпрацює з національними, регіональними та міжнародними владами. Не слід також недооцінювати юридичні, професійні та моральні зобов'язання щодо забезпечення законної торгівлі предметами мистецтва. За словами Кетрін Чаделат, президента Conseil des ventes volontaires (французький орган, який регулює діяльність учасників добровільних публічних аукціонів з продажу рухомого майна), правила, системи перевірки і юридичні операції, що діють для державних аукціонних будинків, можуть принести результат за їх суворого дотримання. Персонал і комісари мають пройти підготовку за встановленими процедурами перевірки походження предметів мистецтва, а аукціонним будинкам слід відправляти свої каталоги експертам для перевірки. Необхідно ретельно перевіряти репутацію продавця, походження предмета мистецтва, а також характер угоди. Заходи належної обачності включають, зокрема, перевірку сертифікатів експорту та імпорту, а також баз даних Інтерполу, італійських карабінерів або «Червоного списку» ІКОМ про викрадені твори мистецтва. Шахраї використовують обман, тому торговці прекрасно знають, що необхідно проявляти належну пильність, щоб уникнути ризиків і для підтримки своєї репутації...

Попри те, що зараз вживаються заходи з удосконалення кодексів поведінки на ринку предметів мистецтва, які застосовуються, способи залучення уваги і нарощування потенціалу відповідних учасників ринку до теми належної обачності все ще вимагають доопрацювання. Мартін Вілсон, представник Британської Федерації учасників ринку предметів мистецтва, підкреслив важливість «навчання учасників ринку предметів мистецтва». Він зазначив, що як учасники ринку, так і широка громадськість повинні мати більш глибоке уявлення про ситуацію, наприклад з незаконними розкопками в Сирії або Іраку, а також розуміти закони, прийняті для запобігання незаконній торгівлі предметами антикваріату. Конференція надала можливість проаналізувати чинні на ринку предметів мистецтва правові системи, такі як Конвенція ЮНЕСКО 1970 року з боротьби з незаконним обігом культурних цінностей, Конвенція ЮНІДРУА про викрадені або незаконно вивезені культурні цінності 1995 року, а також положення, що стосуються Європейського Союзу, і наявні в розпорядженні інструменти, що сприяють прийняттю заходів належної обачності. Крім того, стала очевидною необхідність більш широкого підходу до прийняття заходів належної обачності, підходу, який охопить інші міжнародні організації, такі як ОЕСР<sup>256</sup>.

### 3.6. Маркетинг артринку

Характерною особливістю артринку сьогодні є наявність значної кількості учасників, численні угоди (іноді дуже дорогі) і формування артмаркетингу та комерційне просування артоб'єктів. Здебільшого це взаємокорисна та взаємовигідна співпраця художника і галериста (тобто виробника товару і його проміжного продавця-реселера, кваліфікованого посередника між тими, хто зробив товар, і тими, хто зрештою його придбав). Проте існує ще ситуація, коли художник упродовж десятків років професійної діяльності заповнив свої майстерні власними картинами і при цьому не має власних виставок. Щобільше, можна легко знайти небезталанних професійних художників, які не мають поліграфічного представлення своєї художньої творчості, ані навіть присутності в Інтернеті, не говорячи вже про власного

<sup>256</sup> ЮНЕСКО, ЕС и рынок предметов искусства объединяют усилия в борьбе с незаконным оборотом культурных ценностей. *ЮНЕСКО*. 28.03.2018. URL: <https://ru.unesco.org/news/yunesco-es-i-rynok-predmetov-iskusstva-obedinyayut-usiliya-v-borbe-s-nezakonnym-oborotom>

комерційного представника, внаслідок чого нарікають на безрадісне в економічному сенсі існування і вважають, що реальною метою художника, як правило, є не ринкове збагачення, а продовження своєї творчої самореалізації, нехай навіть матеріально на найнижчому рівні. Тобто не мають ніякого уявлення про маркетинг, а нерідко це можна зустріти і серед бізнесменів артринку. Проте коли мова йде про цінне, дороге антикварне образотворче мистецтво, що довело віками і численними аукціонними продажами свою ринкову вартість, – у таких ситуаціях, зазвичай, учасники ринку мають дуже високу і творчу компетенцію у сфері бізнесу.

Одним з пояснень зазначених ситуацій можна вважати таке: більшість учасників сучасного вітчизняного артринку – вихідці з творчого середовища (мистецтвознавці, діти мистецтвознавців, онуки мистецтвознавців). Звичайно, практичний досвід, ерудиція таких галеристів може бути порівняна з кваліфікацією професійних учених. З другого боку, це надає системний крен артбізнесу у бік творчої складової, призводить до ігнорування ринкових реалій і, головне, ринкових технологій просування товару. Практика ж показує, що багато питань щодо дій на ринку вирішуються в руслі традиційного маркетингу, тобто технологіями управління комерційним просуванням сучасних артоб'єктів і їх авторів. Сьогодні це все відбувається більше за допомогою інструментів артменеджменту з одночасним здійсненням бренд-бїлдингу, де брендом є автор витворів мистецтва, що продаються. Подібний менеджмент у сучасному мистецтві може привести до збільшення продажної ціни картини від 5 до 100 крат, порівняно з початковою.

Сучасний художній ринок не тільки діє за законами економіки попиту-пропозиції, успішно адаптуючи випробувані інструменти маркетингу. Можна нескінченно критикувати популяризацію, економізацію, маркетизацію сучасного мистецтва, проте вкрай важливо окреслити межі функціонування сучасного артринку і аналізувати його інструментарій, оскільки, як не дивно, він безпосередньо впливає на пропоновані художньою культурою продукти, втручаючись не тільки в процеси їх виробництва, розподілу і споживання, але і в сам механізм таких основоположних актів світу мистецтва, як сприйняття, оцінка і самоактуалізація<sup>257</sup>. Загалом робота тих, хто працює у сфері

---

<sup>257</sup> Хохлова Е. В. Культурные условия столкновения искусства и рынка. арт-бренд на современном рынке искусств. *Journal of scientific research publications*. 2013. № 4. С. 31-41.

мистецтва (художник, антиквар або артдилер з хорошими комерційними здібностями) полягає у вирішенні таких принципових завдань, як: аналіз ринку збуту та цільової аудиторії; адаптація пропонуваного товару до реалій (коригувати жанрову спрямованість картин з урахуванням переваг покупців та ін.); формування цінової політики з урахуванням платоспроможності клієнтів; організація заходів, спрямованих на просування товарів – виставки, презентації, майстер-класи та інші; застосовування інших заходів, що впливають на забезпечення успіху продажів предметів мистецтва на основі залучення сучасних інструментів.

Згідно з головним маркетинговим інструментом «4P» (продукт, ціна, місце і просування), чотири компоненти надзвичайно важливі для успішної конкурентної боротьби на ринку витворів мистецтва, де продуктом є твори художників, місцем – стіни аукціонних будинків, будучи свого роду константами у функції продажів на артринку, а ціна і просування безпосередньо залежать одне від одного і відкривають горизонти для її вивчення і подальшої роботи професіоналів. Професорка І. Г. Хангельдієва зазначає: маркетинг у культурі та мистецтві – це технологія досягнення конкретних цільових аудиторій, які зацікавлені в певному *художньому продукті*, адаптуючи до нього інші комерційні змінні з англомовних «4P» – ціну, місце й просування. Маркетолог має зіставляти запит споживачів з місією організації культури, яка пропонує цей продукт на артринку<sup>258</sup>. І далі зазначає, що «у сфері культури і мистецтва традиційна маркетингова модель змінюється кардинально і включає додаткові ланки: усе починається з продукту, потім послідовно транслюється в інформаційну систему, усім суб'єктам ринку; далі – усе у зворотному порядку – в інформаційну систему і компанію, і тільки після цього в маркетинговий комплекс і знову суб'єктам ринку»<sup>259</sup>.

Проте світ змінюється і з'являються нові підходи до роботи на ринку. Так, у статті «Смерть маркетингу мистецтва: зміна парадигми від споживання до збагачення»<sup>260</sup> автором пропонується переосмислення зазначеної традиційної парадигми у сфері мистецтва та переведення її на нову реляційну модель, зокрема, нині внаслідок світоглядно-ціннісних змін відбувається формування нової концепції, яка ґрунтуватиметься на «4E»: *Ethics* – етика; *Esthetics* – естетика; *Emotions* – емоції; *Eternities*

<sup>258</sup> Хангельдієва І. Г. Специфика арт-маркетинга: ключевые особенности. *Социология власти*. 2012. №3. С. 117-127.

<sup>259</sup> Там само.

<sup>260</sup> Walmsley B. The death of arts marketing: a paradigm shift from consumption to enrichment. *Arts and the Market*. 2019. Vol. 9. No. 1. Pp. 32-49.

– відданість. Отже, як бачимо, ця модель становить собою гуманістичну модель маркетингу, оскільки до її складу входять елементи, що характеризують вплив на почуття та емоції споживача та враховують зовнішній вигляд товару.

Безумовно, не викликає сумнівів той факт, що вплив маркетингових чинників суттєво сприяє формуванню і розвитку артринку, урахуовуючи його потенціал, сприяючи тим самим утворенню комунікаційних зв'язків і організації обміну між виробником (художником) і споживачем, що призводить до формування попиту і пропозиції на предмети мистецтва. Тому важливе значення має розроблення та реалізація адекватного правового, економічного, організаційного механізму регулювання, а також формування ефективної маркетингової політики у сфері артринку. Успіх проведення такої політики залежить від уміння збалансувати зазначені вище основні компоненти маркетингу на основі використання інформації про стан ринку, про запити аудиторії, а також, що дуже важливо, про форму споживання артпродукту. Водночас важливо враховувати, що одні продукти призначені для індивідуального споживання, інші – для колективного (представлені на виставках). У першому випадку витвір мистецтва як товар можна поширювати, використовуючи традиційну маркетингову модель, яка полягає у визначенні потенційних споживачів; виборі прийнятної ціни, місця і способу просування продукту відповідно до інтересів клієнтів. У другому випадку має місце поняття «послідовного поширення» із застосуванням маркетингової моделі для сфери мистецтва, яка включає: 1) попадання товару, що має певну цінність, на артринки; 2) просування цього продукту, здійснюване інститутом посередників (артдилери, виставки, галереї, аукціони).

Якщо аналізувати український артбізнес з точки зору маркетингу, то можна відзначити очевидний парадокс: артринки, поза сумнівом, існують, оскільки існують його суб'єкти і періодично здійснюються угоди купівлі-продажу витворів мистецтва, але артмаркетинг і, відповідно, комерційне просування артоб'єктів ще недостатньо ефективні. Та все ж, як показують дослідження успішних практик, результативні проекти артмаркетингу в нашій країні все більше стають закономірним явищем. Зазначене вище дозволяє констатувати, що теоретично перспективи розвитку і вдосконалення артбізнесу в нашій країні, поза сумнівом, існують, оскільки поступово бізнес-співтовариство починає розуміти, що інвестиції в мистецтво можуть приносити значні прибутки. Нашій країні необхідно більш динамічно розвивати національний ринок мистецтв, адже це позначиться не лише на економічній сфері. Тісна



співпраця бізнесу і сучасного мистецтва допоможе країні зайняти гідне місце в контексті єдиного світового культурного процесу<sup>261</sup>.

Як ми вже не раз зазначали, сучасний витвір образотворчого мистецтва – це товар тривалого користування з високим маржинальним потенціалом і неявною споживчою вартістю, тобто ціна продажу яких не прямо залежить (а іноді і взагалі не залежить) від собівартості їх створення. У випадку з мистецтвом різниця в ціні може бути і в тисячу разів, і навіть більше, особливо з урахуванням раніше відзначеної складності об'єктивної оцінки якості художнього твору. Отже, *товари на артринку* піддаються стандартному маркетинговому опису, і робота з ними започатковується на стандартних маркетингових процедурах, але відрізняються від усіх інших товарів і, відповідно, вимагають спеціальних інструментів маркетингової роботи.

Для цього необхідно звернути увагу на реальні особливості відносин між виробником товару – художником і його дистриб'ютером – галеристом (артдилером, артагентом і т.ін.). На жаль, на практиці бувають ситуації, коли гравці ринку демонструють відсутність правової культури бізнес-відносин у художньому середовищі. Художники скаржаться на шахраїв-артдилерів. Артдилери, вклавши гроші в просування художника (тобто у його ім'я), часто беззахисні перед його відходом до іншого продавця або перед фактом його самостійних продажів з майстерні за демпінговими цінами.

Загалом взаємна недовіра двох головних учасників артринку знищує маркетингові принципи на початках, що, безперечно, вимагає просвітництва не лише в маркетинговій, але і в юридичній сфері. Окрім того, як правило, в успішному союзі художника і галериста дуже багато особистого, що визначає відмінність від «звичайного» бізнесу. Окрім того, просуваючи художника, дилер може заробити грошей (навіть набагато більше художника). Але просуває він саме художника, а не себе. І якщо художник це не розуміє, важко буде досягти тривалої успішної роботи. У цій частині експерти рекомендують: якщо мають намір працювати з художником довго, потрібно збільшувати власну колекцію його робіт, оскільки лише в цьому випадку артдилер може застрахувати себе від нестабільної поведінки художника, капіталізуючи в результаті своєї діяльності не лише ім'я творця картин, але і свій власний склад викуплених творів<sup>262</sup>.

<sup>261</sup> Іванчикова Т. М., Мішук О. Н. Ринок мистецтва: протиріччя і тенденції розвитку. *Концепт*. 2017. № 4 (квітень). URL: <http://e-koncept.ru/2017/170079.htm>

<sup>262</sup> Гольман Й. А. Искусство как товар: парадоксы и закономерности. *Знание. Понимание. Умение*. 2013. №2. С. 205-212.

Важливий інструмент маркетингу – методи стимулювання збуту, що включає і рекламу, і піар, і прямі продажі. Якщо значну частину ціни артпродукту складає думка людей про нього (а зовсім не його вимірювані якості), то абсолютно очевидно, що без активного використання зазначеного комплексу маркетингу успіху не досягти. І тут ми теж спостерігаємо серйозні відмінності від стимулювання збуту звичайних товарів. Скажімо, практично не працює стандартна реклама (тобто метод неособистого представлення товарів і послуг), хоча увесь традиційний рекламний інструментарій – поліграфія, відео, зразки, сувеніри – буде дуже корисний. Піар, поза сумнівом, потрібний, хоча до прямих продажів приведе навряд чи, проте дозволить збільшити ціну товару. Виставки, як правило, ведуть до продажів, проте і тут слід ретельно розподіляти прямий комерційний та іміджевий ефект. Захоплення колег і мистецтвознавців, професійно доведене до потрібної цільової аудиторії (що теж окреме і дороге завдання) може дозволити досягти відразу двох цілей – зростання популярності і престижу цього автора, а також популярності конкретних його робіт і зростання вартості одиниці продукції. Можна також влаштувати закриту виставку в дорогому бізнес-клубі (якщо є подібний ресурс у маркетинговому арсеналі). Там, швидше за все, продажі будуть. Але додаткової слави і капіталізації вони можуть і не принести: покупці з подібних місць, поперше, як правило, не є авторитетами в мистецтві, по-друге, не завжди прагнуть до розголосу зроблених придбань. Який метод кращий? Відповідь очевидна – обидва потрібні.

Якщо розглянути поняття «преміумний товар» (включаючи і послуги), то воно досить поширене і має такий синонім, як товари класу «люкс». Це всім відомі (тому і дорогі) так звані «високі» бренди, куди можуть потрапити не тільки люксові автомобілі, годинники, одяг «від кутюр» і ювелірні прикраси, а й медичні послуги, і харчові продукти, наприклад унікальні вина і коньяки. Цей клас продукції постійно зростає і оновлюється. До нього, після серйозних маркетингових, виробничих і фінансових зусиль, потрапляють не тільки нові марки, але і нові класи товарів.

Практика показує, що маржинальність преміумного сегмента незрівнянно вища, ніж в загальнодоступних. Покупець доплачує тут не стільки за збільшену собівартість матеріалів і виробництва, скільки за іміджеву складову, супутню товарам цього класу, до того ж друга частина доплати зазвичай істотно перевищує першу. Це і буде призом

компанії, що успішно перейшла в преміумний сегмент. В артбізнесі принципово все влаштовано так само, але, зрозуміло, з великою кількістю особливостей<sup>263</sup>. Знову ж таки практика свідчить, що жодна з категорій покупців артринку не може бути мобілізована на придбання картин, тим більше дорогих, тільки засобами стандартної реклами. А для продажу графіки і живопису стандартні рекламні методи практично недієздатні. Зрозуміло, це не відміняє необхідність застосування різного стандартного рекламного інструментарію: гідної якості принти, мобільні експозиційні системи, каталоги, плакати, відеоролики, звичайно і ЗМІ (радіо, телебачення, паперові проекти), і розсилки, і Інтернет. Проте найбільш результативною є дія BTL (переважно івенти і презентації), особисті продажі, PR<sup>264</sup>.

Звичайно, що особлива увага на сучасні маркетингові інструменти, передусім доступні в Інтернеті. Використання маркетингу в мережі для продажу картин, антикваріату та інших предметів мистецтва стає звичайним явищем, оскільки інтернет-маркетинг відкриває доступ до широкої аудиторії і дозволяє перебувати з нею в постійній взаємодії; прискорює і спрощує донесення інформації про товари до їх потенційних покупців, істотно знижує витрати, зокрема на рекламу предметів мистецтва та виплати посередникам, від послуг яких він дозволяє відмовитися. Серед інструментів інтернет-маркетингу – контекстна і банерна реклама; розміщення предметів мистецтва на спеціалізованих інтернет-майданчиках, що користуються популярністю у покупців; організація тематичних розсилок; SMM – маркетинг у соціальних мережах та ін.

Одним з найбільш популярних останніми роками стає Digital Marketing (цифровий маркетинг), здатний не тільки збирати точну і об'єктивну інформацію про цільову аудиторію, але і простежувати результати просування бренду або продукту. Він використовується на всіх етапах взаємодії зі споживачами в сегментах b2c («бізнес для споживача») і в b2b («бізнес для бізнесу»). На відміну від інтернет-маркетингу, у цифровому маркетингу задіяні і оффлайн-канали. Ефективність цього напряму обумовлена тісною взаємодією зі споживачами і охопленням цільової аудиторії. Digital Marketing активно застосовують для

<sup>263</sup> Гольман И. А. Российский арт-рынок современного искусства с точки зрения маркетолога. *Знание. Понимание. Умение*. 2013. №4. С. 195-201.

<sup>264</sup> Гольман И. А. Эвент-маркетинг премиумных товаров. *Научные труды Московского гуманитарного университета*. 2017. №3.

просування відомих брендів. Серед основних інструментів діджитал-маркетингу: контент-маркетинг (публікації на тематичних сайтах, у блозі та ін.); email-маркетинг (поштові розсилки, які також можуть бути частиною контент-маркетингу); SMM (просування груп у соціальних мережах); таргетована реклама в соціальних мережах; контекстна реклама; медійна реклама; SEO (просування сайту в пошукових системах); партнерські програми; сайт компанії; аудіо- та відеореклама.

Таким чином, успішно функціонувати на ринку сучасного мистецтва без розуміння сутності маркетингових процесів і алгоритмів управління ними – неможливо, оскільки на артринку діють усі основні класичні й сучасні інструменти маркетингу, які потрібно знати. Серед специфічних відмінностей від інших сегментів ринку слід визнати властивості товару, механізми ціноутворення і робота з каналами розподілу і насамперед відносини «художник – реселер»). Що стосується методів стимулювання збуту – вони також специфічні і вимагають більш ретельного вивчення. Враховуючи дослідження великої кількості кейсів, можна стверджувати, що застосування стандартних маркетингових процедур і коригування їх з урахуванням специфіки артринку дає можливість успішно існувати артбізнесу навіть у непростих економічних умовах. Окрім того, упровадження маркетингових інструментів дозволяє збільшувати прошарок людей, які цікавляться мистецтвом, створюючи все нові цільові групи для збуту витворів мистецтва, не орієнтуючись тільки на сьогоднішніх колекціонерів і аматорів.<sup>265</sup>

Брендинг є також важливою складовою сучасного маркетингу, хоча й вважається окремим напрямом роботи на ринку. Зокрема, брендуючи артавтора і його продукцію, можна стикнутися як мінімум з двома цільовими групами, що вимагають серйозної і абсолютно різної в частині аргументації роботи з ними. Перша – професіонали і оператори ринку, які рідко купують (а якщо і купують, то у кваліфіковану колекцію або в ролі інвестування), зате формують імідж художника і його продукції, що, своєю чергою, веде до формування ціни. Друга цільова група – звичайні кінцеві споживачі, які складають основну частину покупців, але за рідкісним винятком не беруть участі у створенні професійного іміджу артавтора і його продукції. Професіонали також можуть купувати продукти презентованого автора, проте, як правило, не за ринковими цінами і не завжди в порядку особистої переваги

<sup>265</sup> Гольман И. А. Российский арт-рынок современного искусства с точки зрения маркетолога. *Знание. Понимание. Умение*. 2013. №4. С. 195-201.

(інвестують не лише в те, що подобається, але передусім в те, що з більшою вірогідністю принесе прибуток).

Слід зазначити, що сьогодні «артбренд» є аналогом споживчого бренду, що знаходить своє застосування на художньому ринку, виконуючи свої функції ідентифікації культурних смислів, оформлення іміджу товару і збільшення культурної цінності шляхом простого залучення безлічі активних посилань, що спрощує виробничий процес і збільшує прибуток.

Компанія *Google* створила онлайн-платформу *Google Arts & Culture*. Вона дає доступ до цифрових колекцій понад 1200 культурних організацій і музеїв світу з 70 країн. Це щонайменше шість мільйонів картин, фотографій, відео і документів. *Google* має власний Культурний інститут, який займається цим і подібними проєктами. Наприклад, у 2013 році він відкрив у Парижі лабораторію *Le Lab*. У ній інженери *Google* в тісній співпраці з художниками розробляють і тестують технологічні рішення, які мають змінити наше сприйняття мистецтва. Так, команді лабораторії вдалося створити роботизовану гігапксельну камеру *Google Art Camera*, за допомогою якої можна оцифрувати найдрібніші деталі творів мистецтва. *Samsung Electronics* зробила колаборацію з художником Іл Хуном Рохом. Вони створили дизайн з використанням світлодіодних модулів освітлення. Так з'явився проєкт *Saerio*. Це світлодіодні джерела світла, які виглядають, як люстра. Вони не мають лампи або світильника, а світять за допомогою оптичних волокон. *Компанія Philips* і рекламне агентство *Ogilvy* випустили ролик, для зйомок якого підмінили кілька картин в амстердамському Рейксмузеумі — одному з найбільш відвідуваних музеїв світу. Щоб звернути увагу відвідувачів на важливість здорового харчування, автори прибрали полотна із зображенням фруктів і овочів, а замість них повісили копії цих же картин, але з порожніми столами та посудом. *Apple* створила три варіанти близького знайомства з доповненою реальністю. Серія містить інтерактивну прогулянку, орієнтовану на міжнародне мистецтво. Це все було створено у партнерстві з Новим музеєм Нью-Йорку. Новий музей запросив сім митців з усього світу, щоб внести їх творчість у досвід. Серед них — Нік Кейв, Наталі Дюрберг, Ганс Берг, Цао Фей, Джон Джорно, Карстен Гьоллер і Піпілотті Ріста. *Huawei* разом з французькою організацією «Національний музей Гран-Пале» розробила проєкт з оцифрування творів мистецтва. Окрім того, що так

спрощується доступ до цих творів і їх використання, їхнє оцифрування дозволяє Huawei запропонувати на своїх телефонах високомобільну роботу користувача<sup>266</sup>.

---

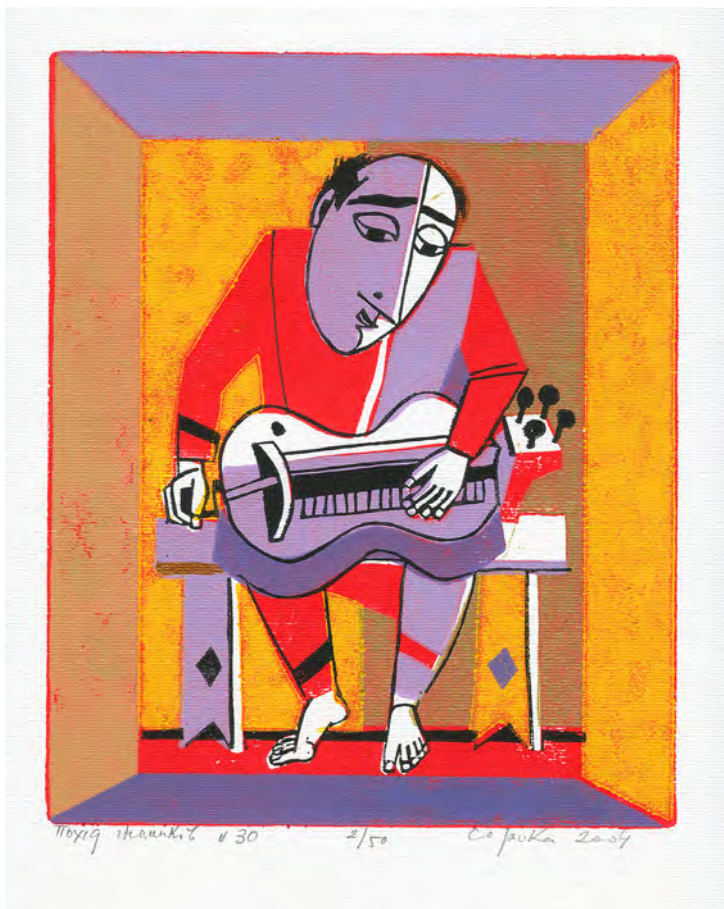
Отже, у контексті зазначеного вище, художник повинен мати маркетингове мислення, що дозволить йому розуміти артдилера і галериста, відстоювати свої права там, де вони порушуються. Що стосується галериста: його маркетингові знання мають бути достатні для успішної роботи в ринкових умовах.

---

<sup>266</sup> Арт-технології: п'ять кейсів колаборацій брендів з мистецтвом. *Bazilik. media*. 27.01.2020. URL: <https://bazilik.media/art-tekhnologii-p-iat-kejsiv-kolaboratsij-brendiv-z-mystetstvom/>

---

**Розділ 4.**  
**Ціни та ціноутворення на ринку мистецтва**







#### 4.1. Особливості ціноутворення та чинники, що на нього впливають

Як стверджує В. Количева<sup>267</sup>, у сучасній зарубіжній економічній науці артриннок, він же ринок творів мистецтва, художній ринок подається як перспективний інвестиційний сектор, частина товарного ринку, що швидко розвивається, предмет обігу на якому є невід'ємною складовою національного багатства кожної країни. Ринок мистецтва характеризується специфічним ціноутворенням, а проблема ціноутворення не обходить жодну категорію представлених на артринку художників. Як зазначають фахівці з питань мистецтва<sup>268</sup>, *ціноутворення – це теж мистецтво* й обумовлено це тим, що підходи до цього питання постійно змінюються, окрім аналізу об'єктивних характеристик полотна під час ціноутворення (його розмір, техніка виконання, провенанс, участь у виставках) проводяться і оригінальні дослідження (наприклад, яку роль емоції відіграють в продажах<sup>269</sup> або ж як аура твору може впливати на потенційного покупця). Звичайно, що усі ці аспекти зводяться до одного питання: з чого складається ціна того або іншого твору мистецтва, які чинники впливають на його вартість? Відповісти на це питання намагалися у своїх працях П. Доссі, Жюдіт Бенаму-Юе, Дональд Томпсон, Джуді Грір і Луїза Бак, які, оперуючи однаковими даними, описували відомих колекціонерів, аналізували суми приватних операцій або аукціонні рекорди останніх років, зокрема акцентуючи увагу на різних аспектах залежно від власного становища у світі мистецтва<sup>270</sup>.

Слід зазначити, що донедавна вчені були одностайні в думці: якщо виходити з припущення, що знаходження рівноважної ціни на

<sup>267</sup> Количева В. А. Арт-дилерство как социоэкономический феномен: зарубежный опыт. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2014. Вып. 4. С. 103-116.

<sup>268</sup> Velthuis O., Curioni S. B. *Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*. *Oxford Scholarship Online*. 2015. URL: <https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780198717744.001.0001/acprof-9780198717744>

<sup>269</sup> Zelizer V. *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University Press. 2005.

<sup>270</sup> Досси П. *Продано! Искусство и деньги*. СПб.: Лимбус Пресс, 2011. 288 с.; Бенаму-Юэ Ж. *Цена искусства*. М.: Артмедиа групп, 2008. 158 с.; Бак Л., Грив Дж. *Искусство в собственность*. М.: Фейс Фэшн, 2008. 331 с.; Томпсон Д. *Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах*. М.: Центрполиграф, 2009. 382 с.

предмети мистецтва можливо в принципі, то така, найімовірніше, буде встановлена на художньому аукціоні<sup>271</sup>. Класичним аргументом на користь цього виступала гранична відкритість інформації про угоди з творами, що досягається за допомогою аукціонних торгів. Схожій позиції завжди дотримувалися і практичні учасники ринку, що традиційно виражали більшу довіру аукціоністам під час купівлі найдорожчих творів мистецтва. Однак такий стан сьогодні суттєво змінився, тобто спостерігається порушення сталості гармонії на ринку мистецтва, що актуалізувало питання щодо аукціонного методу та підходів до визначення істинної ціни твору мистецтва.

Так, огляд аналітичних публікацій, присвячених заявленій проблематиці, показує, що в перше десятиріччя XXI ст. набули значення аргументи щодо початку краху аукціонної теорії, як неспроможної більше до встановлення об'єктивної ціни творів мистецтва<sup>272</sup>. Зокрема, у своєму есе, опублікованому на порталі *La Vie des idées* (Books & Ideas), історик і соціолог Альваро Сантана Акунья, розмірковуючи про сучасний ринок мистецтва, зазначає, що сьогодні формування ціни – складний процес, у якому задіяно безліч учасників-посередників, до того ж не лише очевидних – художників, галеристів і колекціонерів, – але і принципово нових, часто невидимих і неочевидних<sup>273</sup>.

У книзі «Ціни, що говорять» О. Вельтус на власному дослідженні, проведеному серед галерей у Нью-Йорку і Амстердамі, розкриває особливості взаємовідносин між гравцями ринку і ціною. Так, згідно з Вельтусом, формування цін на твори сучасного мистецтва потрібно розглядати не лише з виключно економічних позицій, адже йдеться про ціни на об'єкти, які мають естетичну цінність. Усі ринки (зокрема ринок сучасного мистецтва) працюють однаково: вони управляються цінами, які не можуть існувати окремо від культурної реальності. Ціни не можуть існувати як незалежні і самодостатні структури. Навпаки, вони існують у межах складної культурної системи. *По-перше*, згідно з Вельтусом, встановлення ціни залежить від типу організації, яка зай-

<sup>271</sup> Economics, Psychology and Social Dynamics of Consumer Bidding in Auctions / A. Cheema, P. T. L. Popkowski Leszczyc, et al. *Marketing Letters*. 2005. Vol. 16. No. 3. Pp. 401-413; Ashenfelter O. C., Graddy K. Sale Rates and Price Movements in Art Auctions. *National Bureau of Economic Research Working Paper*. No. 16743. January 2011. Pp. 1-13.

<sup>272</sup> Mason C. *The Art of the Steal: Inside the Sotheby's – Christie's Auction House Scandal*. New York: Putnam Publishing Group, 2004. 406 p.

<sup>273</sup> Сантана-Акунья А. Скрытая цена современного искусства. *АртГид*. 23.11.2016. URL: <https://artguide.com/posts/1138>

мається продажем твору (обґрунтовує тим, що на галереї припадає 56% від усієї торгівлі творами мистецтва); *по-друге*, щоб розуміти процес формування цін на мистецтво, вкрай важливо провести чітку межу між ціною і ціноутворенням (pricing) – поняттями, які, за словами Вельтуса, дослідники занадто часто плутають між собою. Він підкреслює, що ціни встановлюються на основі технічних параметрів, таких як формат, розмір та інші характеристики (наприклад, ціна і розмір або ціна і тип носія взаємопов'язані). Відповідно, ціни не можуть встановлюватися спонтанно. Твір більшого формату коштуватиме дорожче, ніж невелика робота, а живопис – дорожче за малюнок і т.ін. Проте ціна твору залежить не лише від його технічних характеристик. Але щоб зрозуміти такі нетехнічні аспекти, необхідно проаналізувати *ціноутворення*, яке саме по собі, на думку Вельтуса, є мистецтвом. Торговці мистецтвом спираються на різні схеми ціноутворення (pricing scripts), які «працюють як когнітивні гіди, що допомагають прийняти те або інше рішення», щоб встановити ціну на який-небудь твір мистецтва<sup>274</sup>.

Дискурс на тему «художник-початківець чи досвідчений майстер – хто дорожчий?» бере початок від статті професорів М. Ренджерса і О. Вельтуса, сфокусованої на голландському художньому ринку<sup>275</sup>. Цю роботу експерти вважають унікальною, передусім завдяки рідкісному патронажу – уряду Нідерландів. Метою інноваційної державної програми була заявлена підтримка сучасного мистецтва, стимулом до придбання якого для приватних клієнтів голландських галерей виступив пропонований безвідсотковий кредит. Ця політична акція надала в розпорядження авторів зазначеного дослідження більш ніж вичерпну вибірку сукупність для визначення кон'юнктури ринку: понад 16 000 пам'яток, 2400 майстрів і 230 артсалонів. У результаті вченими була визначена низка дієвих взаємозв'язків, зокрема встановлено, що найвагоміший вплив на процес ціноутворення здійснюють демографічні показники: твори художників старшого віку коштують дорожче, ніж їх молодих колег, а чоловіки-творці заробляють більше, ніж жінки. Цікавий факт, що ці тенденції нівелюються під час звернення до робіт майстрів-іноземців, що оцінюються вище, ніж творіння співвітчизників.

<sup>274</sup> Rengers M., Veldhuis O. Determinants of Prices for Contemporary Art in Dutch Galleries, 1992-1998. *Journal of Cultural Economics*. 2002. Vol. 26. No. 1. Pp. 1-28.

<sup>275</sup> Вельтус О. Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка. *Экономическая социология*. 2008. Т. 9. № 3. С. 33-59.

Думка авторів «Твори-космополіти»<sup>276</sup> стосовно впливу глобалізації сформульована точніше: глобалізовані ринки не є ані відображенням глобалізації, ані результатом цільового підходу. На прикладі ярмарку India Art Fair Вельтус показує, що твори визнаних індійських художників продаються в США і Великобританії краще, ніж в Індії. Проте глобалізація ринків проявляється не в перебудові азіатської економіки на західноєвропейський лад, про що свідчить дослідження «Глобальні і локальні потоки на ринку сучасного мистецтва. Зростаючий вплив Азії» (Global and Local Flows in the Contemporary Art Market: The Growing Prevalence of Asia, 2015 p.). Щобільше, *глобалізація не приводить до формування «уніфікованого мистецтва» на світовому рівні*. Наприклад, Японія донедавна протистояла глобалізації у сфері сучасного мистецтва, як показує дослідження соціолога Адріана Фавелла<sup>277</sup>. Отже, говорити про те, що глобалізація ринку сучасного мистецтва проявляється у вигляді перерозподілу символічного впливу, доки не доводиться. Лондон і Нью-Йорк залишаються найбільш потужними гравцями на ринку сучасного мистецтва. Водночас, як стає зрозуміло з книги «Твори-космополіти», нові ринки з'являються в Східній Європі, Північній Африці, у Бразилії, Китаї і Індії й починають проявляти свою значимість.

На думку А. Арутюнової, існує практично доведена думка, що вартість творів мистецтва зростає не тому, що вони стають коштовнішими, а тому що на ринку з'являється більше грошей. Перевага і одночасно небезпека сучасного мистецтва, а значить, і цього сегменту артринку – у відсутності критеріїв, і насамперед – оціночних. Отже, ціна – результат суспільного договору. Художник і артсистема роблять об'єкт мистецтвом, вартість якого виконує, швидше, соціальні функції. Згідно з принципом Веблена, чим дорожче коштує мистецтво, тим більше на нього попит, оскільки витрачена сума демонструє багатство і статус покупця<sup>278</sup>. Водночас ретроспектива показує, що досвід П. Вілсона і приголомшений успіх його аукціону 1958 року, стратегія розвитку аукціонного будинку Sotheby's A. Таубмана дозволяє зробити висновок

<sup>276</sup> Velthuis O., Curioni S. B. Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art. *Oxford Scholarship Online*. 2015. URL: <https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780198717744.001.0001/acprof-9780198717744>

<sup>277</sup> Favell A. Before and After Superflat: A Short History of Japanese Contemporary Art 1990-2011. Blue Kingfisher, 2012.

<sup>278</sup> Арутюнова А. Рынок искусства: практичность или духовность. *Логос*. 2015. Т. 25. № 4. С. 216-225.

про те, що первинними під час формування вартості на сучасному арт-ринку, є маркетингові стратегії товарів люксового сегменту. Згадаємо знову «Банки супу» Енді Ворхола і творіння Трейсі Емін, визнаних сучасними шедеврами. Саме вплив особистості покупця інколи настільки великий, що вартість полотна може збільшитися в десятки тисяч разів (наприклад, уже згадане нами полотно Марка Ротко «Білий центр» у 1960 році придбав Д. Рокфеллер за 8,5 тис. дол. США і через 47 років продав його на аукціоні за 72,8 млн дол. США).

У цьому контексті, як зазначають експерти<sup>279</sup>, ціни на об'єкти сучасного мистецтва у необізнаного викликають подив: картина Віллема де Кунінга, твори Бенксі, «анатомічна» скульптура Герста, робота Джексона Поллока (Paul Jackson Pollock) «№5, 1948» (бризки фарби на полотні в 2006 р. продані за 140 мільйонів доларів) та інших авторів середини ХХ – початку ХХІ ст. Деякі експерти вважають, що причина такої ситуації стосовно вартості творів мистецтва – поступове зникнення з ринку творів традиційного мистецтва. Нестримно осідають у приватних і музейних зібраннях картини і скульптури старих майстрів. Поява на торгах полотен минулих століть викликає мало не істерію у колекціонерів-мільйонерів.

Існує також точка зору, що сучасне мистецтво заміщає традиційне, оскільки містам потрібний приплив туристів, а знаменитим аукціонам – що продавати. Ще одне з пояснень – у світі існує близько півтори тисячі аукціонних будинків, що заробляють на творах сучасних художників (брендових). А таких не так вже багато. Наприклад, у Нью-Йорку і Лондоні – світових столицях сучасного мистецтва – живе близько ста тисяч художників, при цьому семизначними цифрами обчислюються заробітки тільки 70-80 з них. Секрети високих цін на твори сучасного мистецтва – купують не картину, а живописця, тобто естетика і культурна цінність полотна, по суті, вторинні. Побічно про це свідчить той факт, що ЗМІ і критики, розповідаючи про такі шедеври, згадують про унікальну манеру і загадку автора, на якому аукціоні куплений твір, його ціну, хто ще колекціонує роботи цього художника і скільки коштували полотна на попередніх торгах. І в останню чергу – про уміння автора малювати, знаходити баланс кольору, передавати сенси і тому подібне.

<sup>279</sup> Пляма на жовтому фоні за мільйон доларів. Як складаються ціни на сучасне мистецтво. *Very Important Lot*. 17.12.2018. URL: <https://veryimportantlot.com/ru/news/obchestvo-i-lyudi/pyatno-na-zheltom-fone-za-million-dollarov-kak-skladyvayutsya-ceny-na-sovremennoe-iskusstvo>

Процес перетворення себе в артбренд для кожного з сучасних художників свій. Та все ж існує деякий стандартний ланцюжок кроків, які пройшли більшість сучасних творців шедеврів: окрім репутації і популярності автора, а також його дилера, іншим специфічним чинником, що суттєво збільшує ціну твору, стає продаж шедевра на знаменитих світових аукціонах (вищу цінову надбавку до вартості дає участь картини в торгах Christie's і Sotheby's). Важливо і те, чи побувала картина у знаменитих і багатих колекціонерів або в експозиціях відомих музеїв – тобто, чи має музейну цінність. Таким чином, купуючи сучасний твір преміального цінового сегменту, колекціонер купує не картину, а статус, який дає володіння нею.

Отже, узагальнюючи вище зазначене, *чинниками, що впливають на вартість картин відомих художників*, є: 1) ім'я автора твору мистецтва – головний і найбільш суттєвий чинник у ціноутворенні на твори мистецтва; 2) ступінь популярності твору мистецтва і його значення в розвитку світового художнього мистецтва, провенанс – історія володіння твором мистецтва; 3) розмір твору мистецтва (за інших рівних умов); 4) ступінь збереження твору мистецтва. Важливо також розуміти, хто *покупець*: інвестор, колекціонер або декоратор-оформлювач – нерідко вартість може принципово різнитися. На практиці застосовують кілька складових: технічний стан/якість роботи, цінність з позицій мистецтвознавства, міра популярності імені художника на артринку, враховуються попередні ціни на картини. Водночас слід звернути увагу, що портрети дітей завжди дорожчі за портрети стареньких, а вже з голою натурою або класичним нейтральним натюрмортом ніщо не зрівняється. Також у дослідженнях знаходимо, що для невідомих або практично невідомих художників вартість картин складатиметься залежно: 1) від розміру полотна; 2) від оригінальності сюжету; 3) від майстерності малюнка і міри промальовування окремих (найдрібніших) елементів на картині (малюнок картини); 4) від кількості людей, розташованих на полотні; 5) від багатства фарб і їх поєднання (колористика картини). Порівнюючи чинники ціноутворення на твори відомих художників з творами невідомих або маловідомих художників, можна відзначити, що для останніх істотне значення має майстерність і трудомісткість роботи. Водночас популярність художника і ступінь його майстерності (малюнок, колористика) не завжди є взаємопов'язаними.

У сучасному світі ступінь популярності художника визначається мірою його «розкрученості», здатністю стати арткумиром, завоювати



серця мільйонів людей або вузької купки багатих людей. Вплив ступеня майстерності на популярність художника мала місце в епоху так званих «старих майстрів». Під картинами «старих майстрів» («майстри минулих часів») розуміють картини, що охоплюють відрізок часу від Середньовіччя до кризи класицизму (від XIV до першої третини XIX ст.) і як такі, що відрізняються цілісністю художньої форми<sup>280</sup>. Специфікою цін на предмети образотворчого мистецтва є і те, що на них впливає чинник часу, оскільки вони не лише продаються, але і перепродаються і, як правило, за більш високу ціну. Відомий такий, наприклад, факт: у 1875 р. на аукціоні в Парижі картина О. Ренуара «Джерело» була продана всього за 110 франків. У 1905 р. вона була перепродана вже за 70000 франків, а через 5 років в 1910 р. за неї було отримано 300000 франків<sup>281</sup>.

Дослідження А. Сухарева<sup>282</sup> показують, що для підвищення вартості своїх картин художники використовують різноманітні стратегії, які загалом полягають: 1) у прагненні до оригінальності, до своєрідності у межах мейнстріму; 2) у проведенні виставок; 3) у випуску альбомів з репродукцією картин і вказівкою, у чийй власності вони перебувають (фізичні особи, банки, корпорації, галереї та ін.). Картини, що перебувають у національних галереях, підвищують авторитет художника і дозволяють йому реалізовувати картини за більш високою ціною; 4) в обмеженому продажі картин на «вільному ринку», у їх переважній реалізації через виставки; 5) у продажу кожної подальшої картини за ціною не нижче попередніх (з урахуванням розміру картин). Підсумовуючи викладене, автор робить висновок про те, що твори мистецтва є особливим товаром і підпорядковуються своїм (специфічним) законам ціноутворення, а на їх вартість впливає не стільки наявність у них якої-небудь об'єктивної цінності, скільки культ на тих або інших художників, який сформувався в суспільстві, що складає за своєю природою артфетишизм<sup>283</sup>. Заслуговує на увагу також детальне дослідження В. Количевої, яка здійснила спробу розібратися, у чому ж причина більшого або меншого прибутку від повторного

<sup>280</sup> Сухарев А. Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты. *Финансы и кредит*. 2013. №43. С. 40-48.

<sup>281</sup> Воспоминания Дюран-Рюэля. *Импрессионизм*. Л., 1969. С. 268.

<sup>282</sup> Сухарев А. Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты. *Финансы и кредит*. 2013. №43. С. 40-48.

<sup>283</sup> Сухарев А. Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты. *Финансы и кредит*. 2013. №43. С. 40-48.

продажу твору: у первинній оцінці ринку; у популярності або забутті майстра; у моді або у транзакційних витратах володіння?<sup>284</sup>.

Які факти з біографії художника можуть підняти його мистецтво в ціні? *Участь у виставках*. Але і тут, звичайно, якість переважає над кількістю. Самобутність робіт художника, рівень новаторства автора і самого твору відіграють основну роль у формуванні інтересу до творчості і, відповідно, до його вартості. Популярність художника і для фахівців, і для широкої публіки важлива в оцінці вартості робіт автора. Персональні виставки, участь у біенале, наявність робіт у значимих приватних колекціях, представництво в музеях, публікації в ЗМІ, міжнародні проекти і представленість за межами країни - якісні показники, що формуються експертами ринку: самими художниками, галеристами, кураторами, колекціонерами. Твори приблизно одного якісного рівня художника відомого (у якого є низка виставок, публікацій і так далі) і художника, що ніде не виставлявся, коштуватимуть по-різному. Ціна тим вища, чим більше престижних виставок і продажів, каталогів і звань у художника. Вважається, що вартість картини зростає з кожною персональною виставкою чи включенням у каталог на 10-20%.

Загалом питання про чинники формування цін на твори мистецтва залишаються дискусійним. Як ми вже раніше зазначали, ціноутворення на безліч економічних благ, які виробляються шляхом серійного виробництва, виходить з витратного методу, але предмети мистецтва на артринку є виключенням. Оцінка творів мистецтва не має єдиної теоретичної, філософсько-економічної бази і нині в цьому виді оцінювальної діяльності відсутня загальноприйнята теорія ціноутворення. Звичайно, можна констатувати, що на художньому ринку до певної міри може застосовуватися спосіб ціноутворення на основі *принципу граничної корисності*. Він проявляє себе і у разі продажу «артефактів», коли в силу чинників часу та їх рідкості ціни на них досить високі і мають тенденцію до зростання. Це ж ми можемо бачити і у разі колекціонування предметів старовини.

Сучасною наукою розроблені кілька концепцій ціноутворення та запропоновано різні способи їх класифікації. Так, виділяють витратний підхід, ціннісне ціноутворення і пасивне ціноутворення. За іншою — витратна концепція, маржиналістська і неокласичний підхід. Зокрема, *витратний підхід і витратна концепція* принципово

<sup>284</sup> Кольчева В. А. Статистический анализ распределения цен на произведения искусства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2016. Вып. 1. С. 42-55.

не відрізняються одне від одного, започатковуються на трудовій теорії вартості і використовуються здебільшого в кіноіндустрії (у скільки разів окупилися витрати на її виробництво). *Маржиналістська концепція і концепція ціннісного ціноутворення* так само схожі між собою і передбачають, що ціни визначаються не витратами праці, а ефектом, який вони здатні принести покупцеві. У цьому випадку процес формування цін відбувається безпосередньо у сфері обігу. Основний процес у цьому випадку — це процес торгу. Ця система найбільш прийнятна і використовується під час купівлі-продажу творів мистецтва, особливо на аукціонах, у картинних галереях і в антикварних магазинах. Деяко різняться між собою концепції і практика *пасивного ціноутворення* (ураховується факт ринкової конкуренції і ціни орієнтуються на їх рівень на аналогічні товари або на середньогалузеві ціни) і неокласичного ціноутворення (будується на обліку витрат на виробництво товару і враховує суб'єктивну оцінку покупцем його корисності, його цінності). У підсумку мова йде про встановлення так званої *рівноважної ціни*. Проте все ж складно говорити про застосовність цих концепцій до продуктів сфери творчої праці. У зв'язку з цим цілком допустиме визначення ціни на продукти творчої праці як *іраціональної ціни*, як розумів її К. Маркс, тобто ціни, що не має чіткої субстанціональної основи і не пов'язаної безпосередньо з витратами виробництва. Проте і це твердження стосовно сфери мистецтва загалом не є абсолютним.

Попри те, що ринок мистецтва став набагато відкритішим для нових художників і колекціонерів, його поляризація все виразніше проявляється за рахунок доступу до інформації про продаж творів і електронних баз даних. Так, згідно з найбільшим центром дослідження артринку Artprice за 2016 рік<sup>285</sup>, щороку на ринок мистецтва виходять понад 4000 новачків, які акумулюють 2,3% ринкового обігу. Водночас на роботи лише трьох сучасних художників (Джефф Кунс, Жан-Мішель Баскя і Крістофер Вул) припадало 19% продажів. Вважається, що ці автори задають тон у сучасному мистецтві і, найімовірніше, ціни на їхні роботи тільки підвищуватимуться. Проте досягти психологічної позначки в 400 тис. дол. США (1% проданих робіт у категорії робіт сучасних майстрів) для художника, який нині живе, недостатньо, а утриматися на цьому рівні – це певного роду талант. Багато сучасних

<sup>285</sup> The Art Market in 2016. *ArtPrice.com*. 2016. URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2016>

авторів досягають висот мало не на початку своєї кар'єри, але потім швидко втрачають позиції.

Подібне сталося з роботами художника Матіаса Вайшера, який зображує на своїх полотнах абстрактні предмети декору і меблів. За мінімального смислового навантаження його твори добре вписуються в інтер'єр і легко ідентифікувалися фінансовою мовою до певного моменту. Зокрема, у 2003 р. естимейт картин Вайшера перебував у межах 20 тис. дол. США, у 2005 р. – 371 тис. дол. США, у 2007 р. його роботи пішли з аукціону за 480 тис. дол. США. Проте в 2015 р. ціни на картини цього майстра зупинилися на позначці 65 тис. дол. США. Проте й імениті автори не застраховані від непередбачуваного ціноутворення на свої роботи. Так, артоб'єкт «Товарний вагон Jim Beam» Джеффа Кунса був проданий у 2008 р. за 2 млн дол. США, а в 2015 р. ледве зміг зібрати 845 тис. дол. США. Отже, ринок мистецтва, як і будь-який інший ринок, у наш час є непередбачуваним і нестабільним у зв'язку з дією багатьох факторів впливу, що спричиняють сучасні світові події і асиметричний характер інфляції.

## **4.2. Методичні підходи до ціноутворення**

Сучасне мистецтво стало настільки складним з технічної точки зору, що багато професійних художників, таких як Джефф Кунс, Демієн Герст, Ай Вейвей, Яйой Кусаме, Олафур Еліассон або Аніш Капур, дуже рідко роблять свої твори на місці експозиції від початку до кінця. Останніми роками низка дослідників<sup>286</sup> виявляють зацікавленість до особливостей процесу виробництва сучасного мистецтва. Особливо вивчаються методи залучення так званих «невидимих посередників», які серйозно задіяні в цьому виробництві, а великі художники все частіше довіряють їм реалізацію своїх робіт. Тому постає логічне питання: як визначити роль, яку ці посередники відіграють в утворенні цін на твори сучасного мистецтва? Упродовж останніх років кількість прихованих гравців ринку і різноманітність їх ролі в процесі створення творів сучасного мистецтва постійно збільшується.

Досвід учасників ринку показує, що вивести універсальні формули ціни на окремих творів не вдається, а чинників, що впливають на ціну твору мистецтва, досить багато. Серед них слід звернути увагу на

---

<sup>286</sup> Becker H., Faulkner R., Kirshenblatt-Gimblett B. (Eds.). *Art from Start to Finish: Jazz, Painting, Writing, and Other Improvisations*. Chicago et Londres: University of Chicago Press, 2006.

художню цінність, тобто нематеріальну складову, яку визначають як синергію унікальності, форми, змісту і сили емоційної дії. Особливо гостро проблема оцінки своїх робіт стоїть перед молодими художниками, які ще не встигли презентувати свої напрацювання широкій аудиторії. Індивідуального сприйняття цінності власного творіння тут недостатньо. Часом написана картина асоціюється у свідомості художника з емоційними станами, у яких він перебував під час роботи над нею. Вплинути на ставлення до полотна можуть навіть такі дрібниці, як гарний настрій і відносини з близькими. Тому на початкових етапах рекомендується встановити мінімальні цінові межі, а вже після – підвищувати ставку.

*Секрети.* Майстрів-початківців, незнайомих зі специфікою сучасного артринку, дивують повідомлення про те, що якась проста в плані техніки виконання картина продається за мільйони доларів. Дивлячись на такі розцінки, вони нерідко впадають у спокусу оцінити свої роботи трохи вище їх реальної вартості через складність виконання. У таких випадках слід пам'ятати про провенанс і культурну цінність творів мистецтва. Роботи художників і скульпторів-початківців ще не мають солідного «бекграунду», тому потенційні покупці звертають пильну увагу на техніку і якість виконання. На полотні не має бути плям від фарби, слідів загасання, брудних ліній і ознак нерівномірного змішування кольорів. Пропорції об'єктів мають бути дотримані, якщо, звичайно ж, творчий задум не вимагає їх порушення. Враження від колірної гами також впливають на вартість полотна. Вона має сприяти розкриттю творчого задуму, а не відволікати увагу на випадкові деталі. Помітний вплив на вартість роботи також має її тематика. Унікальність твору підвищує інтерес потенційних покупців. Зрозуміло, на певну унікальність може претендувати кожен художник, але тут мова йде скоріше про культурну унікальність і привнесення в роботу чогось нового в жанровому масштабі.

І. Костарева зазначає<sup>287</sup>, що «економічна і культурна соціологія ринку сучасного мистецтва повинна враховувати зростаючий вплив на формування цін з боку не лише «зоряних», але і невидимих посередників, тобто не лише очевидних гравців, таких як галеристи, артдилери і відомі куратори (і їх системи формування вартості), але і тих, кого називають *«темними»*, або *непомітними, посередниками*:

<sup>287</sup> Костарева І. Прихована ціна сучасного мистецтва. <https://artguide.com/posts/1138>

асистентів, майстерні, з якими працюють художники, технічних фахівців, консультантів, постачальників і компанії, що займаються логістикою. Для глобальнішого розуміння цінності сучасного мистецтва важливо приділяти увагу не лише *talking*, тобто дискурсу (тому, як учасники процесу говорять про свою позицію і поведінку), але і *making*, тобто діям (тому, що гравці ринку сучасного мистецтва дійсно роблять)». Та все ж погоджуємося з думкою тих авторів, які зазначають, що аналіз необхідно проводити на глибшому рівні, що дозволить зрозуміти, що ціни на твори мистецтва поведуться так само як і ціни на бензин: вони залежать від низки культурних гравців і об'єктів, які постійно взаємодіють один з одним на ринку. Середньостатистичний споживач, так само як і колекціонер, дізнається про ціну на товар тільки в самому кінці ланцюжка виробництва, тобто коли заправляє машину. Проте він не бачить посередників і нічого не знає про їх роль і той відсоток від кінцевої ціни, який їм дістається, оскільки ланцюжок виробництва непрозорий<sup>288</sup>.

Звичайно, творчість – це основна складова мистецтва. Проте творчість, з економічної точки зору, переростає в новацію, а потім – в інновацію, коли мова йде про комерціалізацію відповідних творчих ідей. Як інновація впливає на формування цін на твори сучасного мистецтва? На якому етапі створення твору цей вплив дає про себе знати? Згідно з останніми роботами на цю тему<sup>289</sup>, інновації в мистецтві пов'язують з певними моментами, проте можна побачити в ній і процес. Сама по собі інновація запускає новий процес, пов'язаний з певними витратами, які просто неможливо відразу визначити. Щоб у своїй серії «Зліпки води» (Water Castings) добитися інноваційної форми, що повторює рух рідини, Метью Барні довелося провести безліч експериментів з різними матеріалами, для чого знадобилося немало часу і сил. Оскільки інновація ґрунтується на запуску різних процесів, то і ціна самих інноваційних творів мистецтва збільшується. *Інноваційний підхід до мистецтва* стає все дорожче у міру того, як визнані художники опиняються у безвиході і вимушені шукати нові шляхи художнього вираження. У випадку з багатьма популярними сучасними художниками вартість інновацій є однією зі складових під час формування цін на їхні твори. Ця надбавка відповідає інноваційній складовій у творі і має враховувати увесь процес розроблення інновації,

<sup>288</sup> Костарева І. Прихована ціна сучасного мистецтва. <https://artguide.com/posts/1138>

<sup>289</sup> Berthoin A. A., Hutter M., Stark D. (Eds.). *Moments of Valuation: Exploring Sites of Dissonance*. Oxford: Oxford University Press, 2015.

пов'язаних з нею досліджень і тестів, які проводять невидимі нам учасники ринку. У результаті ціни на твори сучасного мистецтва постійно підвищуються, оскільки, окрім інших чинників, виробництво робіт вимагає все більше часу, особливо на етапі експериментів. Крім того, воно вимагає участі висококваліфікованих фахівців і започатковане на залученні субпідрядників – у тому сенсі, що роботи виконуються не в ательє художника, а в спеціалізованих майстернях.

Згідно з дослідженнями<sup>290</sup>, інновація відбувається саме на рівні посередників, а не на більш високому (гравці, які вже займають високі позиції і намагаються їх зберегти, мало або зовсім не зацікавлені в новаторстві) або низькому (гравці, у яких майже або взагалі немає коштів, щоб придумувати щось нове). Усе це дозволяє зрозуміти, в якому сегменті сучасного мистецтва закладені самі інноваційні практики. Що стосується інновацій на концептуальному рівні, тобто на рівні ідей, що лежать в основі творів, то вони залишаються привілеєм художників, тоді як технологічні або пов'язані з матеріалами нововведення переходять до спеціалізованих майстерень, де працюють так звані «невидимі» учасники процесу виробництва. У межах творчого процесу розрив між ідеєю та її матеріальним втіленням посилюється, і цей розрив заповнюють невидимі посередники і такий феномен може непередбачувано впливати на формування цін.

Вважається, що твори мистецтва, наприклад «Джоконда», «Мислитель» або «Герніка», мають надприродну і навіть магічну силу, пов'язану з унікальністю, і оточені деякою аурую. Згідно зі знаменитою формулою Вальтера Беньяміна<sup>291</sup>, *аура* – це особливий феномен, що встановлюється між глядачем і твором мистецтва. Сучасні дослідження підтверджують важливість тієї ролі, яку аура відіграє як в мистецтві, так і в інших сферах<sup>292</sup>. Усе більш активна участь посередників у мистецтві на глобальному рівні тільки підтверджує думку про соціальне конструювання аури. Чи впливає аура на формування цін? Трансформація матеріального об'єкта у твір мистецтва вважається

<sup>290</sup> Rodríguez M. A., Santana-Acuña A. (Eds.). *Hacia una nueva sociología de las artes*. Barcelone: Gedisa, 2017 (à venir).

<sup>291</sup> Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. *Кафедра истории зарубежной литературы филофака МГУ им. М. В. Ломоносова*. 2004. URL: [forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka\\_Benjamin.htm](http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm)

<sup>292</sup> Gell A. *Art and Agency: An Anthropological Theory*. 1998. Oxford, New York: Clarendon Press; Hansen, Miriam Bratu. «Benjamin's Aura». *Critical Inquiry*. 2008. Vol. 34. No. 2. Pp. 336-375.



«засадничим ритуальним етапом» у ціноутворенні, який не зводиться виключно до взаємодії між художниками, торговцями і колекціонерами. Як тільки твір з'являється перед глядачами, він набуває аури, яку створює навколо нього виставковий простір. З цієї миті далека від чисто технічних характеристик аура встановлює соціальні відносини, що становлять новий ціннісний рівень.

**Казуси в ціноутворенні.** У 1964 р. невідома особа почала стріляти в роботи Ворхола на одній з його виставок, і ті твори, які виявилися прострелені, вагомо додали в ціні. Прикладом надзвичайно вдалого інвестування в мистецтво через непередбачуваність і ціноутворення стала історія з роботою Пікассо «Мрія»: у 1941 році картину придбала пара мешканців Гани за 7 тис. дол. США, не розраховуючи на неймовірне збагачення за рахунок подальшого продажу полотна. Проте в 1997 році полотно було продано на аукціоні за 48,4 млн дол. США, склавши дохід в 12000% річних. Навряд чи можна пояснити дією яких економічних законів та обставина, що Пабло Пікассо виявився найдорожчим художником за всю історію людства. Ним було створено 65 мальовничих полотен на загальну суму продажів в 1,1 млрд дол. США. Усі вони потрапили в список 500 цінних картин у світі. У 2004 р. він виявився рекордсменом за ціною за одну картину. Це було полотно «Хлопчик з трубкою», оцінене в 104 млн 168 тис. дол. США. Цей абсолютний рекорд був побитий лише в травні 2012 р., коли картина Едварда Мунка «Крик», порівняно невелике за розміром полотно, була продана на аукціоні Sotheby's за 120 млн дол. США.

Твір мистецтва сам по собі відіграє важливу роль у створенні аури, оскільки, якщо вірити прибічникам акторно-мережевої теорії<sup>293</sup>, об'єкти мають власну силу. Якщо дослідники продовжують враховувати активну роль об'єктів у виробництві і оцінці творів мистецтва<sup>294</sup>, то економічна і культурна соціологія не виявляє ніякої зацікавленості

<sup>293</sup> Matter V. *A Political Ecology of Things*. 2010. Durham, Londres: Duke University Press; Bruno L. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford, New York: Oxford University Press. 2005.

<sup>294</sup> Becker H., Faulkner R., Kirshenblatt-Gimblett B. (Eds.). *Art from Start to Finish: Jazz, Painting, Writing, and Other Improvisations*. Chicago et Londres: University of Chicago Press, 2006; Domínguez R. F. *Preserving the Unpreservable: Docile and Unruly Objects at MoMA*. *Theory and Society*. 2014, vol. 43, No. 6: 617-645; Heinich N. *Le Paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*. 2014. Paris: Gallimard; Santana-Acuña A. *How a Literary Work Becomes a Classic: The Case of One Hundred Years of Solitude*. *The American Journal of Cultural Sociology*. 2014. Vol. 2. No. 1. Pp. 97-149.

до того, яку силу мають твори мистецтва і як вона проявляється<sup>295</sup>. Згідно з дослідженнями<sup>296</sup>, процес оцінки об'єктів культури пов'язаний, зокрема, і з емоціями.

Існує невелика кількість картин і скульптур настільки знаменитих і настільки добре відомих, що зафіксовані в них образи дозволяють сприймати їх як щось більше, ніж твори мистецтва. Миттєво впізнавані в усьому світі, навіть людьми, які зовсім не цікавляться мистецтвом, вони складають тонкий, але надзвичайно потужний по силі впливу візуальний лексикон. Список десяти подібних образів для більшості очолює «Мона Ліза» Леонардо. Двозначна посмішка Джоконди робить її найбільш знаменитою картиною у світі. Вона існує поза часом, вона – втілення якогось абсолюту, а різні інтерпретації цього образу, пропонувані наступними поколіннями, говорять не стільки про неї як твір мистецтва, скільки про епохи, що породили те чи інше тлумачення. Залишаючи стіни Лувру, «Мона Ліза» кожен раз провокувала сенсацію. Уперше це сталося в 1911 році, коли «Джоконда» була викрадена (і виявлена через два роки в Італії), а потім двічі після Другої світової війни, коли її відправляли на закордонні виставки: у Сполучених Штатах її побачили понад два мільйони глядачів, у Токіо вона стала метою такого ж паломництва захоплених шанувальників. Мало хто буде заперечувати друге місце «Крику» Едварда Мунка. «Крик» – досконале втілення тривоги, екзистенціального страху і відчуження і тому став використовуватися розширено, як знак негативної реакції на будь-який прояв буття.

Якби подібний список найзнаменитіших і найбільш впізнаваних творів мистецтва складався в середині XIX століття, він, можливо, включав би «Нічний дозор» Рембрандта, «Сикстинську Мадонну» і «Мадонну в кріслі» Рафаеля, а також «Портрет Беатріче Ченчи», у ту пору приписувалися Гвідо Рені. Сьогодні жодна з цих картин не ввійде в десятку найвідоміших. Образи, які займають інші вісім місць після «Мони Лізи» і «Крику», швидше тяжіють до модернізму. Проте третє місце я б віддав ще одному шедевру епохи Ренесансу – «Створення

<sup>295</sup> Velthuis O., Curioni S. B. *Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*. *Oxford Scholarship Online*. 2015. URL: <https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780198717744.001.0001/acprof-9780198717744>

<sup>296</sup> Beljean S., Chong Ph., Lamont M. *A Post-Bourdieuian Sociology of Valuation and Evaluation for the Field of Cultural Production*. L. Hanquinet, M. Savage (Eds.). *Routledge International Handbook of the Sociology of Art and Culture*. Oxford, New York: Routledge. 2016. Pp. 38-48.

Адама» Мікеланджело. Це надзвичайно яскравий, вічний образ, втілення волі до творчості і божественного натхнення. Четверте і п'яте місця я б віддав скульптурам Родена «Поцілунок» і «Мислитель». З огляду на їхню соціальну значимість, їх можна і поміняти місцями, оскільки вони символізують відповідно людську душу і людський розум, постійна взаємодія пристрасті та інтелекту, емоцій і розуму.

Якщо говорити про сучасні відомі образи масової культури, в кінці списку не можна не помістити який-небудь твір Енді Ворхола. Можливо, варто вибрати «Банку супу «Кемпбелл»», хоча в цьому контексті цей вибір не позбавлений лукавства, оскільки Ворхол скористався і без того знаменитим статусом цього супу у повсякденному житті і ще більш прославив його, перетворивши на твір мистецтва. Можливо, краще було б зупинитися на портреті Мерилін, але тут виникають ті ж складності. У пошуку образів масової культури, співзвучних його поглядам і як таких, що становлять потенційний предмет естетичної гри, Ворхол цілком міг би звернутися до будь-якого твору мистецтва в цьому списку<sup>297</sup>.

---

Загалом, якщо брати до уваги зазначені вище ціннісні рівні, то більш глибокі дослідження дозволять виробити новий підхід до системи формування цін на твори мистецтва, який відрізняється від підходу традиційного, започаткованого на економічній і культурній соціології, що свідчить, що ціни формуються тріадою «художник-торговець-колекціонер». Особливо це стосується мистецтва в період упровадження цифрових технологій, які суттєво змінюють як сам процес виробництва творів мистецтва, так і їхній трансфер до споживача (реципієнта).

Заслуговують на увагу дослідження, де автори, обґрунтувавши, що торговці більше не є незалежними і всемогутніми агентами на ринку сучасного мистецтва<sup>298</sup>, здійснили огляд головних тенденцій, що зачіпають технологію роботи колекціонерів і галеристів, а також їх впливи на формування цін на ринку сучасного мистецтва. Так, перша тенденція пов'язана з наявністю *найбагатших колекціонерів*, які складають усього 1% від загальної кількості, купують твори мистецтва

---

<sup>297</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

<sup>298</sup> Moulin R. *Le Marché de la peinture en France*. 1967. Paris: Éditions de Minuit; Velthuis O. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

в галереях і на ярмарках. Вони також беруть участь в аукціонах, але дуже рідко з'являються там особисто, навіть якщо йдеться про найпрестижніші галереї. Їх, як правило, представляють консультанти – новий тип прихованих посередників між торговцем і колекціонером, – вступаючи в гру на етапі продажу твори. Але найголовніше, у цього 1% є власний ринок: ринок замовлень і приватних продажів. Тут колекціонери можуть здійснювати незаконні покупки, вдаючись до посередництва зарубіжних компаній, що стало очевидно завдяки «Панамському архіву».

---

Оприлюднені 3 квітня 2016 р. «панамські документи» проливають світло на справи світової бізнес-еліти. Отримані в 2015 році з секретного джерела німецькою газетою *Süddeutsche Zeitung* і передані потім в Міжнародний консорціум журналістських розслідувань (ICIJ), ці дані є, мабуть, найбільшим інформаційним «зливом» в історії. Понад 11 мільйонів документів описують внутрішню кухню скандально відомої панамської юридичної фірми Mossack Fonseca, одного з провідних координаторів офшорних податкових притулків, і дозволяють, зокрема, простежити, наскільки тісно артринок пов'язаний з податковими махінаціями надбагатих людей.

Ось один з прикладів: у своїй статті журналіст В. Фіцгіббон стверджує, що, вкладаючи цілий статок у мистецтво, російський мільярдер водночас користувався послугами офшорів, щоб захистити ці інвестиції від дружини Олени: «У 2002 році Mossack Fonseca зареєструвала компанію Xitrans Finance Ltd на Віргінських островах. Офшорна компанія, що була на папері не більше ніж поштовою скринькою в сонячній Тортолі, на ділі була справжнісіньким Лувром; Xitrans Finance Ltd належали картини пензля Пікассо, Модільяні, Ван Гога, Моне, Дега і Ротко. Компанія також займалася закупівлею письмових столів у стилі Людовика XVI, столиків і шаф, створених кращими майстрами Парижа. Відповідно до вказівок, отриманим Mossack Fonseca із залу суду по електронній пошті, коли шлюб розпався, Дмитро використовував Xitrans Finance Ltd для переміщення предметів мистецтва зі Швейцарії в Сінгапур і Лондон, де його колишня дружина не змогла б їх дістати. Хоч Xitrans Finance Ltd і була сімейною власністю Риболовлева, акціями компанії, згідно з документами Mossack Fonseca, володів виключно сам Дмитро Риболовлев, хоча Олена і заявляла, що Xitrans набувала активи «для неї і її чоловіка» ... «Mossack Fonseca замішана в торгівлі африканськими діамантами, секретних угодах на міжнародному артринку та інших таємних справах», – пишуть на сайті

ІСІ]. Спостерігачам з боку сумнівне сусідство мистецтва і ухилення від сплати податків стає все більш очевидним. Наприклад, коли Credit Suisse в 2014 р. визнав себе винним у сприянні ухиленню від податків, стало відомо, що цей швейцарський банк відправляв на ярмарок Art Basel Miami Beach таємних агентів, які спонукали багатьох меценатів до змови з метою ухилення від сплати податків. (Credit Suisse, що найцікавіше, виявився одним з топових клієнтів Mossack Fonseca)<sup>299</sup>.

Відомі колекціонери спроможні знайти величезні суми, щоб в обхід галерей і аукціонних будинків купити картини Джексона Поллока або Віллема де Кунінга. Зокрема, «Обмін» (Interchange (Interchanged), 1955 р.) Кунінга був придбаний за 300 млн дол. США. Колекціонери можуть робити приватні замовлення, надаючи технічні вказівки, що стосуються, наприклад, форми, покриття та інших характеристик майбутньої роботи. У цьому сегменті ринку колекціонерам вже нецікаво просто купувати твори мистецтва — вони хочуть брати участь у їх створенні. Деякі об'єкти, створені за приватним замовленням, виставляються як публікарт у таких містах, як Нью-Йорк або Лондон. Для багатих колекціонерів — це, поза всяким сумнівом, спосіб зменшити податкові виплати. Такі роботи можуть подорожувати світом у межах музейних і галерейних виставок, за що колекціонери часто просять серйозну винагороду. З другого боку, наприклад, у період кризи уряди багатьох країн прагнуть збільшити кошти, що надходять у казну, і вривають податкові пільги, тому певна кількість творів мистецтва не може переміщатися — роботи зберігаються на складах, наприклад у Женеві, що є ідеальною порто-франківською зоною. Ці склади, оснащені за останнім словом техніки, слугують не лише для зберігання творів мистецтва. У них є і виставкові простори, де найбагатші колекціонери здійснюють угоди в обхід традиційних посередників, таких як галереї і аукціонні будинки. Твори, варті багатьох мільйонів доларів, переходять з рук в руки без посередництва торговців, тобто непомітно для податкових органів. Згідно з нечисленними даними, зокрема «Панамського архіву», криза дозволила 1% найбагатших колекціонерів пережити щось на зразок «золотого століття», де приватні угоди здійснюються в обхід галерей і аукціонних будинків.

Через свою непрозорість цей ринок закритий для дослідників і журналістів, проте цілком відкритий для шахраїв. Крадіжки виставлених творів мистецтва постійно опиняються в центрі скандалів

<sup>299</sup> «Панамский архив» и тайны арт-рынка. *АртГид*. 05.04.2016. URL: <https://artguide.com/posts/1008>

у пресі. Наприклад, відбуватися такі крадіжки можуть під час виробництва і перевезення об'єктів у виставкові простори. Виявляється, що шахраї з'являються в майстернях, де працюють технічні фахівці, і представляються кур'єрами, що приїхали за приватним замовленням. Окрім того, ательє художників, галереї і будинки колекціонерів давно стали мішенню шахраїв. Тепер такими мішенями стають і майстерні, де здійснюється виробництво об'єктів сучасного мистецтва, що, мабуть, краще за все показує зростаючу роль цих посередників у процесі створення твору. Найвідоміші артдилери, усвідомлюючи всю небезпеку, яку несе цей ринок, що існує мовби паралельно їх діяльності, прагнуть розширити свій вплив на світовій арені сучасного мистецтва, відкриваючи нові філії своїх галерей по всьому світу.

А що відчуває той, кому випаде на долю продавати оригінал одного з образів, відомих у всьому світі? Скільки він буде коштувати? До недавнього часу на цю тему можна було тільки фантазувати. Але раптово мене попросили втілити цю мрію в життя: у 2012 р. аукціонному дому Sotheby's було запропоновано продати «Крик» Едварда Мунка. Мунк написав чотири варіанти «Крику». Три перебували в зібраннях музеїв, і тільки наш «Крик» належав приватному колекціонеру. Зрештою вона була продана за сто дев'ятнадцять мільйонів дев'ятсот тисяч доларів - найвищу ціну, яку коли-небудь платили за твір мистецтва на аукціоні. За право володіти нею боролися п'ятеро колекціонерів з різних куточків земної кулі. Щасливець, як це прийнято, ні за що не бажав відкрити своє ім'я. Торги викликали величезний ажіотаж і багато чому мене навчили. Однак мене стурбувало інше. За кілька тижнів, що передували торгам, інтерес до «Крику» у всьому світі зріс настільки, що букмекери відкрили контори, пропонуючи робити ставки на фінальну ціну картини. Охочі могли поставити гроші, виходячи з будь-якої суми, у межах від тридцяти до двохсот мільйонів доларів, і ця різниця думок по-своєму відображала невпевненість, що охопила навіть визнаних світових експертів у сфері живопису. Однак найточніша ставка була зроблена на сто двадцять п'ять мільйонів доларів і майже ідеально відповідала фінальній ціні. Значить, десь у букмекерських конторах заचाївся експерт, обізнаний краще, ніж всі ми<sup>300</sup>.

<sup>300</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

Отже, порядок ціноутворення у сфері створення творів мистецтва не може бути єдиним і багато в чому залежить від того, про який вид художньої творчості йде мова. Слід також зазначити, що на аукціонах або у великих галереях, попри процес монополізації артринку, ціни тут визначає пропозиція і попит на виставлені на продаж картини або скульптури. Проте за багатьох обставин усе одно ніхто до кінця не знає, за яку суму буде продано ці твори мистецтва.

---

За останні 50 років не бракувало мистецтвознавців, критиків і кураторів виставок, готових відстоювати справу фемінізму і спокутувати все зло, заподіяне жінкам-художницям у ході історії. Чи позначається це на кон'юнктурі ринку? Чи впливає стаття художника на вартість його (її) картин? Втратили б в ціні картини Берти Морізо, якби, як вельми негалантно припустив критик Брайан Сьюелл, її звали НЕ Берта, а Берт? Не знаю точно, як витлумачити, наприклад, свідчення ринкової популярності Гвен Джон. За останні 20-25 років вона вийшла з тіні свого більш знаменитого і більш яскравого брата Огастеса. Світовий рекорд, поставлений на торгах її картиною (169 тис. фунтів), значно перевершує максимальну ціну, коли-небудь пропоновану за його картину (139 тис. фунтів). За їх життя подібне було б неможливим. Або це відбувається тому, що тепер у ній бачать більш талановитого художника?<sup>301</sup>

Якби Пікассо міг бачити те, що відбувається на ринку мистецтва, то просто не повірив би своїм очам: найбільш затребуваним художником є жінка. Щобільше, вона досі жива, а її роботи продаються за рекордні суми. У 2014 р. загальна виручка від продажів її робіт на аукціонах склала 34,6 млн дол. США. У 2015 р. ціна на одну з її картин середнього розміру досягла позначки в 7 млн дол. США. Твори цієї художниці продаються в найпрестижніших галереях (Gagosian Gallery і Zwirner Gallery) і на аукціонах (Sotheby's і Christie's). Її відомі скульптури у вигляді гарбузів купують для приватних колекцій за кілька десятків тисяч доларів. Гарбузи, прикрашені візерунками, стали джерелом натхнення для створення колекції Louis Vuitton. Однак, будучи мільйонером, художниця вирішила жити в психіатричній лікарні, звідки вона виходить тільки для роботи у своїй майстерні. І нарешті, ця художниця навіть не європейського походження - вона з Азії. Мова йде про 87-річну Яйю Кусаму.

---

<sup>301</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>





**Яйої Кусами з одним зі своїх гарбузів**

*Фото: Ota Fine Arts, Tokyo/Singapore, Victoria Miro Gallery, London, David Zwirner, New York og KUSAMA Enterpris*

Світовий успіх Кусами (а також Такасі Муракамі або Ай Вейвєя) свідчить про те, що акцент зміщується із західного мистецтва, яке з епохи Відродження завжди було в центрі уваги, на мистецтво азіатське. Доха, Дубай, Гонконг і Пекін прагнуть витіснити Нью-Йорк, Лондон і Берлін з ринку сучасного мистецтва. Такі західні галереї, як Gagosian Gallery, Pace Gallery, Zwirner Gallery, Perrotin Gallery, Hauser & Wirth Gallery, не відстають від цього процесу і відкривають свої філії на Сході, стаючи глобальними гравцями. Хоча вони з небажанням розповідають про прибутковість східних філій, результати досліджень глобального ринку сучасного мистецтва показують, що угоди таких галерей можна порівняти з фінансуванням, яке отримують найбагатші американські університети. Аналогічним чином такі музеї, як Лувр у Франції або музей Гуггенхайма в США, відкривають свої філії за межами західноєвропейських країн, наприклад, в Об'єднаних Арабських Еміратах. Межі між галереями, аукціонними будинками і музеями, які були описані О. Вельтусом в книзі «Ціни, що говорять», все більше розмиваються.



Енді Ворхол. Диптих. 1982 р. 9 тис. дол. США.  
Brooke Alexander Gallery

*Галерея або аукціон – де дорожче?* На початку 1990-х років була опублікована резонансна книга колишнього директора одного з найвідвідуваніших місць у світі – американського Метрополітен (Metropolitan Museum of Art) – Т. Ховінга (Thomas Pearsall Field Hoving), що розкриває сутність музейної діяльності. У ній автор відстоював політику, що проводилася ним, у частині зближення художніх музеїв з артдилерами, що полягала, зокрема, у поповненні фондів за допомогою галерей і салонів. Професійне судження Ховінга було критично сприйняте зацікавленою громадськістю, що назвала неприйнятним і непристойним придбання творів музеєм де-небудь, окрім аукціону. Кількісні аргументи автора як мінімум про абсолютну рівнозначність якості і ціни творів мистецтва, представлених на обох торгових майданчиках, сприйняті не були. Водночас зазначена ситуація започаткувала порівняльний аналіз операцій ціноутворення на вторинному і третинному художніх ринках. Так, Л. Сінгер і Г. Лінч, поставивши своїм завданням пряму перевірку твердження Ховінга з метою виправдати або заперечити його підхід. Обстеження, проведене на основі детально сегментованого ринку, – від антикварного до сучасного мистецтва – підтвердило обґрунтованість дій директора Мет-

ропоблітен. Домінуючу доступність галерейних цін учені пояснили вимушеними витратами системи функціонування аукціоністів, спрямованими на утримування штату артекекспертів, перевірку законності прав на блага потенційних продавців, що реалізуються, страхуванні угод і т.ін., від яких незалежні дилери здебільшого вільні. Порівняння вартісних оцінок предметів мистецтва, що виставляються учасниками середньої і вищої частин ринку, що вивчається, було продовжене професорами Г. Канделою і А. Е. Скорком [Candela, Scorcu, 2001 p.]. З боку дилера були розглянуті щорічні звіти впливової італійської галереї Prandi, з середини 50-х років минулого століття, що надає для преси інформацію не лише про ціну товарів, що продаються, але і про деякі особливості її формування. Поведінка галереї дозволила їй утримати особливо привілейоване становище в артсередовищі: на сьогодні вердикт Prandi про значущість того або іншого твору мистецтва є орієнтиром для усіх торговців вторинного ринку. Дослідниками був також підтверджений факт перевищення цін аукціонних будинків – причому на 30-60%, залежно від жанру роботи. Паралельно вченими була виявлена цікава закономірність: живопис як більш трудозатратний вид художнього твору традиційно оцінюється галереєю дорожче за графіку, тоді як аукціоністами частіше приймається протилежне рішення. Ця особливість дозволила висунути інше тлумачення відмінностей у процесах ціноутворення на другому і третьому рівнях ринку, що вивчався, - це психологічний ефект аукціонних торгів, тобто прагнення покупця під час продажу конкретного твору мистецтва стати переможцем буквально за будь-яку ціну, навіть якщо суперечка йде про ескіз на серветці<sup>302</sup>.

Слушним видається ще один висновок, який був зроблений австрійським колективом під керівництвом професора М. Хуттера<sup>303</sup> під час аналізу рейтингу творів німецького видання *Capital Kunstkompass*: істотне, у середньому вдвічі, переважання цін артдилерів. Результат був деталізований у контексті встановлення головного чинника такого асиметричного ціноутворення, яким виявився вік майстра: зі збіль-

<sup>302</sup> Колычева В. А. Арт-дилерство как социоэкономический феномен: зарубежный опыт. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2014. Вып. 4. С. 103-116.

<sup>303</sup> Hutter M., Knebel C., Pietzner G., Schäfer M. Two Games in Town: A Comparison of Dealer and Auction Prices in Contemporary Visual Arts Markets. *Journal of Cultural Economics*. 2007. Vol. 31. No. 4. Pp. 247-261.

шенням кількості прожитих художником років нелінійно зростала ціна його робіт у галереях, де вони виставлялися. Встановлена тенденція зажадала об'єктивного роз'яснення, яку було виявлено в негласній «страховій» домовленості гравців середньої частини ринку: ціна творів мистецтва має змінюватися синхронно з вдосконаленням професіоналізму автора, що здебільшого збігається із зростанням досвіду і, відповідно, віку майстрів, відкритих дилером. Своєю чергою, аукціонні будинки відомі тяжінням до альтернативної тактики, що навіть у низці випадків віддає перевагу «юним» геніям<sup>304</sup>.

Отже, загалом, якщо ми хочемо використовувати більш глобальний підхід до питання ціноутворення на ринку сучасного мистецтва, наші дослідження не мають орієнтуватись виключно на ті схеми, якими користуються художники, торговці і колекціонери, а також на спостереження за їх взаємодією між собою. Необхідно враховувати і поведінку прихованих посередників: асистентів, технічних фахівців, майстерні (фото- і дизайн-студії, інженерні компанії), художніх консультантів, страхових компаній, постачальників, онлайн-галерей та інших. Щоб по-справжньому розібратися у формуванні цін на твори сучасного мистецтва, необхідно передусім зрозуміти різні ціннісні рівні (технічний, інноваційний, емоційний і пов'язаний з аурую твору) та їх вплив на прийняття рішень, пов'язаних з визначенням ціни на різних етапах створення твору мистецтва, від ідеї і виготовлення до експозиції і продажу<sup>305</sup>.

Таким чином, продукт мистецтва дійсно може виступати як товар, але не як типовий товар. У цьому контексті відомий фахівець у сфері галерейної справи Н. Н. Суворов зазначає: «Органічне поєднання у творі мистецтва матеріального і духовного, їх нерозривний зв'язок дозволяють розглядати малюнок, картину або скульптуру як товар, але товар особливого роду, в якому вартість і ціна залежать не від величини часу і праці, витраченої в творчому процесі, а від багатьох інших обставин: від таланту, популярності, моди, випадкових обставин долі художника і його твору. твір мистецтва перетворюється, за словами французького соціолога П'єра Бурдьє, в *символічний капітал*, що залежить не від кількості праці, витраченої на його виготовлення, але

<sup>304</sup> Колычева В. А. Классификация факторов ценообразования на рынке произведений искусства. *Экономический анализ: теория и практика*. 2012. № 41 (296). С. 44-48.

<sup>305</sup> Сантана-Акунья А. Скрытая цена современного искусства. *АртГид*. 23.11.2016. URL: <https://artguide.com/posts/1138>

від його специфіки і якості»<sup>306</sup>. Символічний капітал це одна з форм «неекономічного інтересу», цінність особливого роду, що виражається в «накопиченні» честі і престижу, визнанні знавців і колекціонерів, у громадській думці, відчутті духовного комфорту»<sup>307</sup>. Це поняття покликане відображати об'єктивні переваги творів, що відображені в суб'єктивній формі авторського бачення навколишнього світу, формі його світовідчуття. Тому прийнято вважати, що авторський твір це не повною мірою матеріальна цінність. Такою вона стає під час купівлі-продажу, *переходу символічного капіталу в економічний*.

Отже, коли мова йде про ціни на продукцію творчої праці, слід зазначити, що вони не мають жорсткої субстанціональної основи, не пов'язані безпосередньо з витратами виробництва і можуть розглядатися як ірраціональні ціни. Це пов'язано з тим, що на їх формування потужний вплив здійснюють суб'єктивні чинники, починаючи з того, що саме віднесення продуктів творчої праці до творів мистецтва залежить від суб'єктивного сприйняття і оцінки окремими людьми або суспільством загалом продукту творчої праці як твору мистецтва. Водночас частково їх рівень може визначатися чинниками загального порядку, що впливають і на ціни продуктів масового споживання, але лише частково і далеко не завжди. Поняття якості, цінності в цьому випадку неможливо пов'язати з якимись об'єктивними їх показниками (за винятком, можливо, матеріалу, з якого створений цей твір, якщо він з'являється перед нами в матеріалізованій формі). Своєрідними є і мотиви придбання продуктів сфери мистецтва: це і задоволення власних естетичних потреб людини, і прагнення інвестувати вільні кошти для їх збереження і навіть примноження і, нарешті, міркування престижу, честі, коли твір мистецтва є символічним капіталом. Таким чином, ми бачимо, що у сфері творчої праці і оцінки його продуктів виняткову роль відіграють чинники суб'єктивної властивості і тому доводиться визнати, що в цьому випадку економічні аспекти функціонування цієї сфери, і, зокрема, проблеми ціноутворення, не можуть цілком розглядатися крізь призму постулатів економічної науки<sup>308</sup>. Але це не

<sup>306</sup> Суворов Н. Галерейное дело. *Искусство в пространстве галереи*. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. С. 64-65.

<sup>307</sup> Там само. С. 105.

<sup>308</sup> Давыдова В. А. Цена на продукты творческого труда и факторы ее формирования. *Проблемы современной экономики*. 2014. № 1 (49). С. 41-46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsena-na-produkty-tvorcheskogo-truda-i-factory-ee-formirovaniya>

означає, що тут зовсім немає економічної складової. Якщо виходити з теорій конвенції М. Беккера, інституціональної теорії мистецтва Д. Дікі, і спостережень Н. Уайлдера, в яких йдеться про дії суб'єктів поля мистецтва і про «мистецтво змови», про яку зазначав у свій час Ж. К. Бодріяр, то стає зрозумілим, що доречно говорити про наявність трансакційних витрат і у сфері мистецтва, і, природно, про їх вплив на ціни її продуктів.

---

Коли в музеї або на виставці ви зупиняєтесь перед твором мистецтва, передусім вас цілком закономірно зацікавлять дві речі: «Чи подобається мені це?» і «Хто автор?». Перед твором мистецтва в аукціонному залі або галереї артдилера в перший момент ви поставите собі ті ж питання, але слідом за ними негайно будуть інші, куди більш цинічні: «Скільки це коштує?», «Скільки це буде коштувати через десять років?» і «Що про мене подумають, побачивши це на стіні у мене вдома?». Авторство і значимість художника (або її відсутність) в прийнятому контексті історії мистецтва, зрозуміло, впливають на вибір покупця і вартість картини. Однак не можна не брати до уваги і бекграунд художника, обставини біографії, що впливають на оцінку його творів глядачами і критиками, свого роду романтичну, чарівну ауру міфу, властиву творчості. Наприклад, незалежно від значущості Ван Гога з точки зору мистецтвознавства, незалежно від його першорядної ролі у формуванні експресіонізму, його життя оточено трагічним романтичним ореолом: відповідно, тим цінніше в емоційному і фінансовому сенсі видаються його роботи колекціонерів. Відповідь на питання: «Чи подобається мені твір?» залежить не тільки від наших особистих переваг, але і від художнього смаку широких кіл суспільства, а він постійно змінюється. У різні історичні епохи глядачі вимагають від мистецтва абсолютно різного змісту, і тому сюжети і стилі наступні покоління можуть оцінювати абсолютно по-різному, зокрема і в грошовому еквіваленті. Однак, попри постійну мінливість попиту, певні сюжети і стилі цілком очікувано продаються краще за інших<sup>309</sup>.

---

Альтернативний підхід надає можливість визначення рівноважної ціни творів мистецтва, виходячи з рівня ринкових цін, з припущенням, що попит змінюється відповідно до зміни смаків на ринку. Зокрема, на

---

<sup>309</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>



артринку практично усі дії відбуваються за принципами класичного, або англійського, аукціону (наприклад, «Крістіє», «Сотбіс» і «Філіпс»). Цей формат аукціону має на увазі старт торгів з мінімальної ставки, потім потенційні покупці підвищують ціни не менше ніж на мінімально встановлену аукціоном надбавку, коли ставки припиняються, об'єкт продається за найвищою запропонованою ставкою. Проте якщо найвища запропонована ставка не досягла резервної ціни об'єкта, за якою продавець готовий продати, об'єкт залишається непроданим («boughtin»). Іноді аукціонер озвучує фіктивні ставки, «узяті зі стелі», для стимулювання торгів і додаткового підвищення цін. Найчастіше до закінчення аукціону не можна визначити, чи дійсно лот проданий або підсумкова ціна продажу не досягла резервної. Резервна ціна узгоджується аукціонером і продавцем заздалегідь і зберігається в таємниці.

У науковій літературі немає однозначного обґрунтування збереження резервної ціни в таємниці, дослідники приходять до різних висновків про те, наскільки це доцільно. Модель оптимального аукціону, згідно з якою домінуючою стратегією покупця є пропозиція ставки, що відповідає справжній оцінці лота покупцем, за якої не важливо, зберігається резервна ціна в секреті або ні, також не пояснює дії аукціонерів в реальності. Відзначимо, що кількість покупців не має впливати на резервну ціну. Крім того, «при збільшенні кількості покупців додатковий вигравш від введення ціни резервації знижується, оскільки при збільшенні цієї кількості зростає математичне очікування другої заявки. Також збільшення числа покупців на одного дає більший ефект, ніж введення ціни резервації»<sup>310</sup>. Прийнято вважати, що резервна ціна дорівнює нижній оцінці об'єкта, встановленій експертами аукціонної компанії або дещо нижче неї.

Відзначимо також існування «ефекту якоря», коли покупці, роблячи ставки на лот, орієнтуються на ціну, за якою він був проданий попереднього разу. Цей ефект має місце тільки з боку покупця, коли відсутні резервні ціни і попередня ціна продажу впливає на резервну ціну покупця, за якою він готовий купити. У разі існування резервних цін попередні ціни впливають також і на продавця, який визначає резервну ціну. Відповідно, продаж роботи у минулому на зростаючому ринку може спричинити в сьогоденні завищену резервну ціну на ідентичний твір. «Ефект якоря» може також проявлятися в тому, що продавець може

<sup>310</sup> Захаров А. В. Теория игр в общественных науках. М.: НИУ-ВШЭ, 2013. 198 с.



боятися поразки, орієнтуючись на те, що в попередньому періоді ціни були занадто низькі і багато лотів залишилося непроданими, тому в поточному періоді він занижуватиме резервну ціну.

З точки зору аукціонних компаній їм вигідніше надавати актуальну інформацію за допомогою своїх експертних оцінок про найбільш вірогідну ціну продажу, тому якщо покупці орієнтуються на минулі ціни, то і експерти мають їх враховувати, щоб правильно передбачити ціну продажу. Крім того, експерти можуть і незалежно від реакції покупців орієнтуватися на минулі ціни. Продавці визначають резервні ціни з аукціонерами, резервні ціни тісно пов'язані з експертними оцінками, тому на продавця вони також можуть здійснювати вплив. Таким чином, ці оцінки, якщо вони користуються довірою, можуть впливати на стратегічну поведінку як покупців, так і продавців. Водночас експертні оцінки орієнтуватимуться на минулі ціни, а покупці і продавці – на ці оцінки <sup>311</sup>.

---

Ця історія розпочалася в травні 2017 р., коли на вечірніх торгах сучасного мистецтва Sotheby's в Нью-Йорку на триметрову роботу Кіта Харінга «Без назви» була зроблена ставка в 6 537 000 дол. США. На той момент це була найвища ціна на твори Харінга. Рекорд був зафіксований, і лот, згідно з аукціонним протоколом, був куплений нью-йоркським артдилером Анатолем Шагаловим.

Незабаром після торгів, проте, з'ясувалося, що Шагалов за картину платити відмовляється, і аукціонний будинок був змушений подати на нього в суд. Як стало відомо під час судового розгляду, Шагалов намагався знайти покупця на роботу Харінга і навіть досяг попередньої домовленості на угоду в \$ 5 млн з іспанським колекціонером Марко Мерканті. Однак продаж зірвався, як тільки Мерканті дізнався про судовий позов від аукціонного будинку. У підсумку в жовтні 2018 р. роботу Харінга було продано третій особі, яка під час торгів виступала в якості гаранта ціни, за 4,4 млн дол. США. Різниця між ціною продажу і неоплаченою ставкою й слугувала відправною точкою під час формування суми позову.

Захист Анатолія Шагалова наполягав спочатку на існуванні якоїсь домовленості, згідно з якою йому має бути надано відтермінування на виплату всієї суми ставки за картину, а потім наполягав на тому, що Sotheby's міг би продати цю роботу і дорожче, ніж за 4,4 млн дол.

---

<sup>311</sup> Beggs A., Graddy K. Anchoring Effects: Evidence from Art Auctions. *Economic Review*. 2009. 99(3). Pp. 1027- 1039.

США (і тоді б сума позову була б меншою), але суд задовольнив вимоги аукціонного будинку в повному обсязі. Це рішення виглядає особливо справедливим, якщо врахувати той факт, що до моменту звернення до суду Анатоль не зробив жодної спроби хоч би якось оплатити куплений лот, а також те, що зараз Шагалов судиться з аукціонним будинком Phillips, який також намагається стягнути з нього збитки за зроблені, але не оплачені ставки на загальну суму в 6 млн дол. США<sup>312</sup>.

Заслуговує на увагу підхід, коли на підставі даних про приватні трансакції, а також про публічні аукціони пропонуються оцінки картин, художників і окремих сегментів. Зокрема, розрахунки індексів здійснюються за допомогою гедоністичної оцінки вартості. Гедоністичний метод становить собою спеціальний метод коригування ознак, у якому за допомогою регресійного аналізу вплив властивостей об'єкта мистецтва математично відокремлюється і звільняється від чистих коливань цін. Зазначене вважається вирішальною перевагою, порівняно з розрахунками середніх значень, бо кожен твір мистецтва є єдиним у своєму роді. Результатом є індекс, що відображає фактичний розвиток цін у відповідному сегменті або на відповідного художника. На практиці такий метод використовується сьогодні в США або Німеччині в численних офіційних цінових статистичних даних (наприклад, в індексах роздрібних цін); ґрунтуючись на індексах, складаються калькуляції відповідної прибутковості і ризику капіталовкладень в окремий сегмент мистецтва або окремого художника. Крім того, індекси скореговані на інфляцію і на валюту (валюта може впливати на коливання ціни, наприклад під час здійснення трансакцій у США, які потім перераховують в євро або в швейцарські франки).

Прийнято вважати, що учасники ринку компетентні в оцінці мистецтва. Однак практика показує, що навіть у цьому середовищі далеко не всі з упевненістю можуть сказати точно, як складається ціна на мистецький твір. Аукціонні будинки, галереї та оціночні компанії неохоче обговорюють справжні чинники, які вплинули на кінцеву вартість тієї чи іншої роботи. І в підсумку, не знаючи всіх тонкощів оціночної практики, складно зрозуміти, яким чином ціни двох зовні дуже схожих робіт можуть істотно відрізнятись. У такій ситуації особливо вразливими виявляються художники. Як відомо, одним з

<sup>312</sup> Sotheby's виграв суд против отказавшегося платить покупателя. *ARTinvestment.RU*. 14.07.2020. URL: [https://artinvestment.ru/news/auct-news/20200714\\_haring\\_sothebys\\_shagalov.html](https://artinvestment.ru/news/auct-news/20200714_haring_sothebys_shagalov.html)

критеріїв оцінки кар'єри художника є те, як продаються його роботи і що відбувається з їх вартістю. Динаміка на ринку необхідна для зміцнення репутації художника, при цьому створити її штучно не вийде. Тут вирішальним фактором є саме попит на роботи, а тільки потім – зростання вартості. Помилково думати, що, штучно піднімаючи ціни на свої роботи, автор стає більш затребуваним. Проте дійсність така, що саме зростання інтересу до художника і його творчості з боку учасників ринку в результаті призведе до збільшення вартості робіт. Традиційно багато художників покладаються на зусилля галереї і чекають результату, не вникаючи в те, як їхня творчість може бути сприйнята публікою. У разі якщо галерея дійсно має достатньо досвіду і ресурсів, у художника є шанс прориву. Однак це не єдиний шлях, і, розуміючи, як складається вартість на предмети мистецтва, у художників є шанс безпосередньо вплинути на розвиток свого ринку.

Отже, узагальнимо фактори, які впливають на остаточну оцінку робіт. Першим фактором є автентичність, або справжність роботи, її авторство. Ім'я художника автоматично відображає цінний сегмент, на який варто орієнтуватися, починаючи процес оцінки тієї чи іншої роботи. Другий фактор, що включає широку групу елементів, що впливають на вартість, - це зовнішні якості роботи. Важливо знати матеріали, техніку і розмір роботи - на ці дані, як правило, спирається оцінка робіт художників-початківців. Зі зміцненням позиції художника на ринку звертається увага на інші критерії, такі як предмет зображення, колірна гама, якість роботи. Ці опорні точки допомагають виділити більш значимі і цікаві роботи, які, відповідно, будуть оцінені вище. Третій етап оцінки предмета мистецтва присвячений аналізу, який вимагає глибоких знань про художника і його творчість. Тут потрібно звернути увагу на рік, у який була створена робота, і рівень художника в період роботи над твором. Якщо мова йде про сучасних художників, то увага звертається на історію і унікальність роботи. Необхідно врахувати рідкість роботи та її значимість у межах усієї творчості художника. Фінальним етапом аналізу вартості роботи є вивчення показників художника на ринку в цей час. Інституційний інтерес до художника і регулярні успішні продажі на аукціоні – основні сигнали високої вартості. Важливо пам'ятати, що саме поточні результати допоможуть визначити вартість, саме тому необхідно контролювати ринок безперервно.

Кожен художник може самостійно проаналізувати свою творчість, поставивши собі такі питання: У чому моя цінність? Як про це ді-

знається аудиторія? Безумовно, кожен художник, який досяг успіху на сьогоdnішньому ринку, унікальний. Проте унікальність не обов'язково має бути абсолютною: навіть маленька відмінність від колег вже може стати вигідною перевагою. Існує два класичні варіанти формування художньої унікальності - на базі власної особистості, тобто формування бренду, або через мистецтво. Сучасним художникам вдається поєднувати ці варіанти, і з часом стає складно сказати, що відіграє головну роль в їхньому успіху на ринку.

Якщо ми говоримо про художників-початківців, які перебувають у пошуку своєї унікальності, то важливо визначитися, що можна взяти за основу і над чим варто працювати. Зокрема, консультанти рекомендують розпочати з власних можливостей і зрозуміти, які визначальні творчі навички вже є, що необхідно поліпшити, а чому навчитися. Звичайно, у цій справі потрібна повна чесність перед собою, об'єктивна оцінка і готовність до наполегливої і тривалої роботи. Далі варто перейти до мистецтва, над яким працює художник. Воно має бути цікавим, легко впізнаним, впливовим. Тут можна поставити такі питання: які ідеї несе творчість, чи зрозумілі вони через створені роботи, наскільки якісно виражені? Чесні відповіді допоможуть визначити, чи дійсно мистецтво має потенціал або варто продовжувати працювати над новими ідеями, форматами. Сформувавши міцну базу унікальності, потрібно зайнятися просуванням – необхідно донести цінність особистості художника і його робіт до навколишнього світу. Здатність інтерпретувати і описати своє мистецтво – важлива перевага для художника. Звичайно, регулярна виставкова діяльність на авторитетних майданчиках завжди була важливим аспектом комерційного успіху художника. Чим частіше він бере участь у групових та індивідуальних показах, тим швидше зростатиме його популярність і репутація. Живе спілкування з колекціонерами і знайомства у світі мистецтва також мають велику вагу у власному просуванні.

Не варто нехтувати і класичними онлайн-каналами, за допомогою яких куратор або колекціонер може познайомитися з творчістю художника. Водночас художник, який не має якісного сайту, вже перебуває в не вигідному становищі і втрачає потенційні конкурентні можливості. Ми вже зазначали, що соціальні мережі відіграють важливу маркетингову роль у сучасних реаліях. Таким чином, можна проаналізувати свою творчість і зрозуміти, які моменти слід допрацювати або розвинути. Не варто очікувати швидкого зростання, а,

скоріше, потрібно націлитися на довгу і наполегливу працю. Справжня цінність завжди знаходить відгук у однодумців, тому основне завдання художника – усвідомити і показати її світу<sup>313</sup>. Отже, зазначені вище рекомендації відтворюють алгоритм формування компетенцій сучасного художника, за допомогою яких він може стати успішним і результативним на ринку.

Таким чином, для артринку, складові якого можуть бути розподілені як «вуличний вернісаж», галереї і салони, аукціонні будинки, важливе значення має оцінка предметів мистецтва, вироблена на кожному ступені його розвитку. У цьому контексті, процес ціноутворення саме середньої частини ринку виявляється найбільш завуальований. Однак артаналітикам і дослідникам вдається вичленити низку класичних дилерських схем, таких як диктат пропозиції над попитом (стратегія обмеженого випуску), співпраця з мінімумом тих майстрів, які живуть нині, і максимумом майстрів, що померли (стратегія стабільного доходу), впровадження інноваційного творчого продукту — стилю, напрямку, техніки (стратегія ризику) та ін.

А ось думка колекціонера: «Ціноутворення ніколи не було справедливим. Це неможливо, адже ціна є взаємною угодою двох сторін. Інша справа, що, коли один і той же автор приблизно однієї і тієї ж якості п'ять-десять разів прокочується через аукціон, виникає звичка до цих цін. Це не означає, що робота стільки коштує. Це ж ринок! Одночасно шахрайство, цирк і суміш обдурювання, брехні і величезних невинуватих витрат. Повірте мені: я це знаю зсередини. Були часи, коли надлишкова грошова маса змушувала звертатися до живопису, яка раптом починала приносити 200-300% доходу в рік. Так було з російським мистецтвом з 2003 по 2008 рр.: ціни росли, приносячи 150-200% річних. Тому на ринок прийшло багато випадкових людей – дрібних дилерів, шахраїв, які намагалися заробити на зростанні цін. Але зараз вони схлинули. Дуже мало залишилося і великих, серйозних покупців»<sup>314</sup>.

Водночас життєздатність будь-якої стратегії цілком залежить від ділової репутації галереї або салону. Процедура встановлення ціни на артринку не позбавлена дії об'єктивних чинників, таких як стать,

<sup>313</sup> Ценообразование современного искусства. *ARTinvestment.RU*. 14.07.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200714\\_pricing\\_2.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200714_pricing_2.html)

<sup>314</sup> Дудаков В. Ценообразование на рынке искусства никогда не бывает справедливым. *The art newspaper*. 2018. № 65. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/5916/>

вік і національність художника, розмір полотна, а також низки нераціональних спонукальних мотивів його агентів. До того ж останні найяскравіше проявляються під час зіставлення переваг дилерів і аукціоністів: якщо галерист з більшою вірогідністю віддасть перевагу живопису, виконаному рукою досвідченого автора, то аукціоніст – графіці майстра-початківця. Нарешті, низка нових процесів, що відбуваються у світі культури, попереджає про початок поступового взаємопоглинання сфер впливу вищої, другої і третьої складової художнього ринку, що свідчить про ще більше ускладнення непростого, з економічної точки зору, об'єкта розгляду – твору мистецтва<sup>315</sup>.

Отже, проблема ціноутворення в мистецтві – одна з найскладніших і неоднозначних. Тут діють як загальні закони ціноутворення (проте вкрай рідко), так і похідні, такі, що виробляються саме в просторі артринку. Через причину домінування в мистецтві естетичних цінностей непрагматичного характеру (хоча сьогодні ці причини все більше нівелюються) часто виникають суперечки, чи має мистецтво розглядатися як товар. Одні вважають, що мистецтво і гроші не сумісні, а інші дотримуються думки, що мистецтву властиві як непрагматичні, так і прагматичні цінності, які через об'єктивні причини вимушені співіснувати один з одним<sup>316</sup>.

Відстоюючи свою визначену позицію, констатуємо, що існує значна різниця між комерційною і духовно-культурною цінністю; в усіх сенсах економічний бік є вторинним щодо художньо-естетичного. Але думка навіть вузького кола професіоналів в особі мистецтвознавців, критиків і експертів буває різною. Ринок формують саме споживачі, тобто кожна людина має право мати свої судження про цінність твору мистецтва, коли прагне придбати його за певною ціною. Водночас в умовах ринку твір мистецтва розглядається як продукт, й іноді питання значущості художньої реальності як основного майданчика для взаємодії художника і публіки виноситься за дужки. Тому необхідно вникати в усю складність процесу ціноутворення на ринку мистецтва. Водночас дослідження не мають фокусуватися тільки на завершальному

<sup>315</sup> Колычева В. А. Арт-дилерство как социоэкономический феномен: зарубежный опыт. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2014. Вып. 4. С. 103-116.

<sup>316</sup> Долганова Е. А., Хангельдиева И. Г. Арт-рынок: полифункционализм и полифонизм основных субъектов. *Социология власти*. 2010. № 5. С. 118-128. URL: <https://cyberleninka.ru/journal/n/sotsiologiya-vlasti?i=1059737>

етапі цього процесу (під час взаємодії між торговцями і покупцями), – необхідно простежити та проаналізувати усі етапи.

Такий підхід вимагає враховувати невидимі компоненти ціноутворення, на які здійснюють усе більший вплив приховані посередники. Саме системний підхід до ціноутворення на твори сучасного мистецтва дозволяє прийти до більш глобального розуміння ринку, на якому твір, щоб виявитися поміченим, отримує ціну, що більше не підпорядковується традиційним взаємовідносинам між художником, торговцем і покупцем, а формується під впливом значної кількості неекономічних факторів.



---

**Розділ 5.**  
**Інвестування в мистецтво**





## 5.1. Мистецтво як форма інвестування

Інвестиції у твори мистецтва ще називають *альтернативними інвестиціями*, а їх предметами можуть бути: живопис, скульптура, антикваріат, ювелірні прикраси, годинники, вино, автомобілі, зброя та ін. Тобто мова йде про рідкісні, ексклюзивні речі, що мають унікальну історію або неординарних власників. Однією з важливих особливостей альтернативних інвестицій є їхній часовий термін, що дозволяє віднести їх до групи інвестицій з довгостроковими інвестиційними горизонтами (як і банківські метали), і горизонт цей складає від 5 років і більше, саме тоді їх дохідність стає очевидною. У світі такого типу інвестиції прийнято вважати вкладенням у капітал наступних поколінь спадкоємців. Наприклад, упродовж перших п'яти років середня дохідність може складати усього 5% річних, у кращому випадку – 15% річних, але, здолавши цю часову межу, вона може зрости в рази, і якщо проаналізувати середню дохідність, наприклад, за 15 років, вона виявиться набагато вищою, ніж у стандартних інвестиційних інструментів. «...ринок мистецтва – красива надбудова для успішних людей, що дозволяє їм через гучні відкриті покупки будувати або вирівнювати основний бізнес. Він – вища ланка в соціальній піраміді, вхід у закритий клуб, де розширюються можливості за правилом «гроші до грошей»<sup>317</sup>.

Цікавими є результати дослідження, які отримала консалтингова компанія Arts Economics, що спеціалізується на артринку, провівши опитування клієнтів приват-банкінгу Європи, США і Китаю стосовно їхньої думки про мотивацію вкладення грошей у предмети мистецтва та колекціонування. Ранжування відповідей було таким: естетичні уподобання – 87%; азарт/пошук самовираження – 86%; підтримка художника/культури – 79%; очікування повернення інвестицій – 75%; диверсифікація портфеля – 72%; соціальні причини – 72%; сімейні традиції/спадок – 70%; статус/культурна цінність – 69%<sup>318</sup>. І хоча на першому місці, як це не дивно, виявились естетичні переваги, проте матеріальні стимули як очікування повернення доходу на інвестований капітал, бажання заробити та диверсифікований капітал – ці спонукальні фактори не так вже і відстали.

<sup>317</sup> Искусство на поводке блокчейна. *Artfinex*. 28.02.2018. URL: <http://www.artfinex.com/single-post/2018/02/28/искусство-на-поводке-блокчейна>

<sup>318</sup> ANN: The Art Basel and UBS 'Art Market 2020' Report is available for download. *The International Art Market Studies Association*. 2020. URL: <https://www.artmarketstudies.org/ann-the-art-basel-and-ubs-art-market-2020-report-is-available-for-download/>

Мистецтво сьогодні вважається однією з привабливих форм інвестування, а ринок образотворчого мистецтва – капіталомісткий ринок. Назву «*витвір мистецтва*» або «*артактив*» можна зустріти у бізнес-плані будь-якої конкурентоспроможної зарубіжної компанії. По-перше, тому що матеріальна допомога мистецтву традиційно надає особливу респектабельність капіталу і, відповідно, підвищує престиж для інвесторів. По-друге, згідно із законодавством більшості розвинених країн, інвестиції в артринок – оптимальний спосіб легалізації накопичень, зниження податкових ставок і залучення до співпраці зарубіжних партнерів. Водночас С. В. Арженовський зазначає, що популярність вкладень інвестицій в артринок, попри у середньому невисоку дохідність, пояснюється кількома чинниками: інвестори вважають, що предмети мистецтва – це захисний актив в умовах невизначеності і зростаючих ризиків на фінансовому ринку; дохідність інвестицій на артринку мало корелює з дохідністю інших активів, зокрема фінансових, і дає можливість у зв'язку з цим для диверсифікації портфеля інвестицій<sup>319</sup>. Окрім того, вкладення в арт-активи – це вид інвестиційної діяльності, де виграти (так само як і програти) можна не лише у фінансовому плані. Азартні гравці на ринку мистецтва змагаються між собою так само, як художні прогнози: особливим успіхом вважається не просто примножити капітал, купивши предмет мистецтва, а передбачити прийдешню моду – підтримати купівлею непопулярного сьогодні майстра, ціни на роботи якого завтра зростуть у рази.

Принцип колективного володіння усуває так звану фінансову сегрегацію (відокремлення, видалення, розподіл) на ринку: з розвитком токенизації, коли об'єктом угоди є не сам предмет мистецтва, а його частина (подібно до того, як на фондовому ринку купується не сама компанія, а її акція), відчуті себе власником знаменитого твору мистецтва може не тільки топ-колекціонер, але і представник середнього класу. Останній таким чином не тільки може отримати інвестиційний інструмент, але і долучається до кола власників великого мистецтва. Крім цього, пайова участь у володінні твором мистецтва спрощує його оцінку. Якщо за звичайного, класичного володіння ціна предмета з точністю до 100% може бути визначена тільки в момент купівлі, то у випадку з колективним володінням ціна кожної частки дає можливість з більшою точністю визначати ціну предмета в певний

<sup>319</sup> Арженовський С. В. Арт-рынок: моделирование доходности и риска инвестиций. *Финансовые исследования*. 2015. №2 (47). С. 45-48.

момент. Це робить ринок більш зрозумілим для нових гравців, і загалом формує на ньому атмосферу, привабливу для припливу нових грошей.

За даними експертів, сьогодні артринок є третім за дохідністю після ринків зброї і наркотиків, а середня його дохідність досягає 20-50% річних. Звичайно, щоб досягти таких показників, необхідно купувати дійсно цікаві екземпляри, що мають потенціал зростання. За останні 200 років найбільш популярними є інвестиції в образотворче мистецтво. Живопис найбільш затребуваний ще і тому, що, окрім інвестиційної складової, це одночасно предмет інтер'єру і розкоші, що підкреслює винятковий смак власника і його статус<sup>320</sup>.

Розгляду інвестиційних питань артринку присвячено багато зарубіжних публікацій. Зокрема, А. Н. Сухарев, виокремлюючи основні особливості артринку та інвестування, зазначає негативний взаємозв'язок між ціною предмета мистецтва і ризиком інвестицій у нього та аналізує чинники, що визначають вартість предметів мистецтва, порівнює дохідність інвестицій в арт та інші активи (золото, нерухомість, акції)<sup>321</sup>. Так, на його думку<sup>322</sup>, артактиви (картини, скульптури, малюнки, фотографії, гравюри, акварелі і т.ін.) є специфічним способом інвестування коштів і мають низку унікальних особливостей, серед яких: подвійна функція артактивів (як споживче благо і як засіб вкладення капіталу); якісна різноманітність і неподільність предметів інвестування (порівняно з артактивами, золото має однорідність і подільність, що сприяло свого часу його стихійному висуненню на роль грошей)<sup>323</sup>; значна роль кількох у світі аукціонних будинків (Крістіє, Сотбіс та ін.), які «створюють» артринок; необхідність наявності спеціальних знань про товар, який є таким, що досить диференціюється (у цьому плані артринок можна віднести скоріше до моделі ринку монополістичної конкуренції); відносно незначна місткість артринку, що обчислюється кількома десятками мільярдів доларів на рік, що не дозволяє активно його використати в цілях універсального інвестування для безлічі учасників

<sup>320</sup> Інвестиции страсти – удовольствие от возможностей. *Фінансова освіта громадян*. 27.06.2014. URL: <http://www.finosvita.com.ua/ru/news/Investicii/INVESTICII-STRASTI-UDOVOLSTVIE-OT-VOZMOZHNOSTYI.htm>

<sup>321</sup> Сухарев А. Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты. *Финансы и кредит*. 2013. №43. С. 40-48.

<sup>322</sup> Там само.

<sup>323</sup> Сухарев А. Н. Золото: экономические и финансовые идеи теоретического анализа. Тверь: Тверской гос. ун-т. 2009. 126 с.; Сухарев А. Н. Механизм формирования стоимости золота. *Вестник Тверского гос. ун-та. Сер. «Экономика»*. 2005. № 10 (16). С. 27-38.

(зокрема, у 2012 р. обсяг аукціонних продажів у всьому світі складав 12,3 млрд дол. США (з урахуванням позааукціонної торгівлі цей показник буде більшим)<sup>324</sup>, тоді як тільки первинна пропозиція золота на ринку в тому ж році складала 140 млрд дол. США (2,5 тис. т), а з урахуванням другої пропозиції – близько 300 млрд дол. США); необхідність тривалого терміну інвестування для отримання позитивної дохідності від вкладення капіталу в артактиви, що обумовлено наявністю значних комісійних та інших виплат (сплата ПДВ, авторові за перепродаж його картин і т. ін.), які здійснює покупець витвору мистецтва; відсутність на ринку світових шедеврів, які практично виведені з економічного обігу і перебувають у національних галереях (проте можливе періодичне їх виведення на ринок з приватних колекцій); наявність негативного взаємозв'язку між ціною витвору мистецтва та інвестиційним ризиком: чим більше естимейт (оцінка експертами витвору мистецтва до його продажу на ринку) картини, тим менше ризик вкладення коштів у неї, оскільки дорожча картина належить авторству відомого художника, на картини якого постійно є попит через наявність тих, хто бажає їх мати у своїй колекції<sup>325</sup>; віртуальність цін на артактиви; пристрасті окремих осіб до творчості тих або інших художників, що складаються під впливом, і які мають значні кошти для придбання їхніх картин; перетворення витворів мистецтва на фетиш, за володіння яким продавці готові платити величезні гроші; перетворення володіння тими або іншими полотнами або полотнами деяких (культових) художників на самоціль; перетворення артринку на ярмарок марнославства і т.ін. Якщо детально проаналізувати, то деякі з цих особливостей на сьогодні зазнали суттєвих змін, здебільшого – завдяки впровадженню новітніх технологій.

Один з напрямів артінвестування – це інвестування фізичними особами (так, на 2010 р. фізичні особи вважалися основними покупцями витворів мистецтва і, по суті, формували його основний тренд)<sup>326</sup>. Основними мотивами придбання ними витворів мистецтва

<sup>324</sup> Saint-Romain-au-Montd'Or. Artprice, 2013. 88 p.

<sup>325</sup> Григорьева С. М. Методы оценки предметов изобразительного искусства. *Мир экономики и права*. 2012. Вып. 4. С. 18-23; Пузыня Н. Ю., Локтионов А. Н., Михлин А. В. Вопросы оценки культурных ценностей. *Имущественные отношения в Российской Федерации*. 2012. № 3. С. 36-52.

<sup>326</sup> Конов Ю. П., Булеков И. Б. Инвестиции в предметы искусства как альтернатива традиционным формам вложения средств. *Финансы*. 2010. № 1. С. 67-69.

є отримання статусу власника цими творами (ефект споживання престижного блага); можливість отримання дохідності або збереження вартості; метою придбання музеями і національними галереями є поповнення колекції витворами мистецтва різних художників і напрямів у мистецтві. Проте найчастіше музеї і національні галереї отримують витвори мистецтва або від самих художників у ролі подарунку, які розглядають це як можливість отримати велику популярність, або отримують витвори мистецтва від їх колишніх власників або з інших музеїв; інвестиційними компаніями, пайовими інвестиційними фондами, пенсійними фондами, банками – цілі придбання полягають в отриманні інвестиційного доходу і у використанні творів мистецтва як засобу диверсифікації інвестиційного портфеля. Особливо слід сказати про пайові інвестиційні фонди, що спеціалізуються на придбанні артактивів (артфонди). Вони пропонують на ринок паї, прив'язані до вартості творів мистецтва, що залучає інвесторів, які вважають таке інвестування престижним, а також тих, хто думає (що є ілюзією), що їх вартість має тільки зростати.

Видами торгівлі творами мистецтва як потенційним активом є: 1) аукціонна торгівля – як було відзначено раніше, аукціонні будинки формують артринок і займаються: збором відомостей про продавців і покупців; експертизою і оцінкою (естимейт) творів мистецтва; рекламою витворів мистецтва як у видаваних каталогах, так і за рахунок їх виставляння на продаж в аукціонному будинку; 2) позааукціонна торгівля (через салони, у майстерні художника, через дилерів і т.ін.). Так, низка найбільш дорогих проданих картин були реалізовані не через аукціон, а за допомогою прямих угод між покупцем і продавцем (вважається, що найдорожча у світі картина «Гравці в карти» Поля Сезанна була продана в 2012 р. поза аукціоном за 250 млн дол. США).

Заслугує на увагу системна робота<sup>327</sup>, що розкриває увесь механізм інвестування на ринку образотворчого мистецтва (на прикладі картин, написаних олією). Зокрема, авторами виявлено неоднорідність ринку навіть в окремому сегменті картин, склад художників за кількісними характеристиками навіть усередині відособлених груп украй неоднорідний; оцінена вірогідність продажу картини залежно від тривалості розміщення в ролі лота та ін.

<sup>327</sup> Водопьянова А. И., Леонова Л. А., Новак А. Е. Арт-рынок: особенности инвестирования в произведения живописного искусства *Вестник Санкт-Петербургского университета*. 2018. Т. 34. Вып. 1. Экономика. С. 95-112.



Слід зазначити, що проблема доцільності вкладень у предмети мистецтва – одна з найпопулярніших тем у зарубіжній артаналітиці. Історично вважається, що уперше про художні цінності як про економічну категорію почали говорити в середині 60-х років ХХ ст., а далі спостерігаємо полеміку щодо доцільності зіставляти художні витвори зі звичайними об'єктами для вкладень капіталу. Однак слід зазначити, що єдиної думки про вигідність інвестицій у мистецтво не існує і досі. Так, Нобелівський лауреат В. Баумоль ще у 90-ті роки ХХ ст. вказував на скромні інвестиційні можливості творів, наголошуючи, що здебільшого вони суттєво поступаються будь-яким іншим об'єктам<sup>328</sup>. І навпаки, засновники індексу в мистецтві – професори Школи бізнесу Стерна Нью-Йоркського університету (Stern School of Business, New York University) Д. Мей і М. Мозес вбачають у мистецтві серйозного конкурента традиційним інвестиціям, здатного при створенні колекції належного рівня помітно перевищити доходи від сукупності інших активів<sup>329</sup>. Проте представники альтернативних підходів сходяться на думці, що специфіка мистецтва – це особливий зв'язок з часом, і саме з цим фактором пов'язані інвестиційні можливості предметів мистецтва. Так, як приклад розглядається одна з картин, продана на вечірньому брендовому аукціоні – картина Кляйна «ІКВ 234», що становить собою рівномірно зафарбоване синє полотно, яке продане з молотка за 1,8 млн дол. США. «Очевидно, що картина, тобто об'єкт серед низки інших об'єктів, таких як стіл, хліб, сірники, не може стільки коштувати. Проте якщо розглядати цю картину як вексель, тобто боргове зобов'язання, то ситуація виходить зовсім інша. Картина – це інвестиція, і є відповідні документи, які свідчать, що в неї вкладено 1,8 млн дол.»<sup>330</sup>. Уявімо, що про цю картину написали в газетах і журналах, угоду висвітили телевізійні канали і інтернет-портали, вона потрапила на престижну виставку у відомий музей, «засвітилася» в кількох каталогах, і тут її власник наважився її продати на престижному аукціоні. Чи може він розраховувати, що отримає за неї суму що перевищує первинний внесок? Безумовно – і в цьому полягає для інвесторів спокуса купувати

<sup>328</sup> Baumol W. J. Unnatural Value: Or Art Investment as Floating Grap Game. *American Economic Review*. 1986. Vol. 76. No. 2. Pp. 10-14.

<sup>329</sup> Mei J., Moses M. Art as an Investment and the Underperformance of Masterpieces. *American Economic Review*. 2002. № 5.

<sup>330</sup> Фадеєва Т. Е. Экономическая компонента как основная составляющая современного искусства. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 8. С. 305-312.

дорогі витвори мистецтва, щоб з часом продати їх ще дорожче. Крім того, ця картина ніби «зв'язує» певну кількість грошей, у картини своєрідна ліквідність, це актив, що важко реалізується. У цьому випадку ми прагнемо показати зміну, принципову для розуміння сучасного мистецтва, а саме той момент, коли воно набуло нової якості. Тепер його можна зіставляти з векселями і віртуальними грошима (такими як біткоіни)<sup>331</sup>.

Практика показує, що для ділових людей (бізнесменів) звичним уже стало визначення вкладень у предмети мистецтва як «інвестицій-притулків» – за їх помітну монетарну стійкість щодо політичних конфліктів, економічних криз та інших подібних екстремальних для будь-якої країни ситуацій. Як класичний приклад слугує порівняння динаміки цінових показників німецьких державних цінних паперів, починаючи з 1874 р., і картин Сезанна. У результаті двох світових воєн власники акцій і облігацій понесли значні втрати, аж до банкрутства, тоді як ціни на роботи майстра зростають і у воєнні, і в кризові періоди<sup>332</sup>. Окрім того, художній ринок відзначає сплеск активності не лише при спаді на фондовому ринку і відповідному зменшенні можливостей для збереження вкладень, але і при реалізації так званих витриманих артактивів. Прикладом зазначеного може слугувати історія полотна Ренуара «Прогулянка», що показала середньорічну дохідність в 109%: твір, куплений у 1976 р. за 680 тис. фунтів стерлінгів, у 1989 р. було продано за 10,34 млн фунтів стерлінгів.

Загалом ж артаналітики рекомендують власникам реалізовувати пам'ятки мистецтва не раніше як через два десятиліття після придбання.

Важливо знати, що процес інвестування на початках передбачає визначення конкретних кількісних показників інвестиційного потенціалу творів, а саме: який середній дохід від вкладень у предмети мистецтва; чи висока вірогідність часткової або навіть повної втрати капіталу; чи можливо встановити безризиковий термін для перепродажу художнього об'єкта<sup>333</sup>. Окремо слід звернути увагу на загальний стан інформаційної політики у сфері мистецтва. На думку дослідників, художній ринок вважається найбільш закритим серед легальних ринків, а специфіка більшої частини угод розголошується дуже неохоче; у тих же

<sup>331</sup> Там само.

<sup>332</sup> Колычева В. А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. 136 с.

<sup>333</sup> Колычева В. А. Статистический анализ распределения цен на произведения искусства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5.* 2016. Вып. 1. С. 42-55.



**«Прогулянка» (фр. La Promenade)**

– картина, написана в 1870 р. французьким художником П'єром Огюстом Ренуаром (Pierre-Auguste Renoir, 1841-1919 рр.). Належить Музею Гетті в Лос-Анджелесі. Розмір картини – 81×65 см.

випадках, коли подібні повідомлення надходять, їм не можна довіряти беззастережно, оскільки часто вони не позбавлені різноманітних помилок – від плутанини з жанром або розміром праці до неточностей в авторстві – чинниками, що відіграють не останню роль у формуванні вартості творів мистецтва. Звичайно, коли мова йде про мистецтво в контексті інвестицій, важливим є визначення справедливої ціни твору і прогнозування її подальшої зміни. Історія розвитку ринку мистецтва показує, що інформація протягом всього часу його існування була основним чинником, що визначає цінність робіт.

## 5.2. Оцінка дохідності ринку витворів мистецтва як інвестиційних активів

Сучасний стан і перспективи розвитку ринку творів мистецтва аналізується за допомогою спеціальних індексів артринку, розроблених на підставі доступної статистичної інформації за об'ємами продажів артактивів, а також відомостей спеціалізованих баз даних. Підхід до створення артіндексів відрізняється від тих, що традиційно застосовуються під час розроблення індексів акцій, облігацій і товарів. Це пов'язано, зокрема, з нерегулярністю торгівлі і відмінностями в характеристиках об'єктів, які з'являються на ринку. В основі розрахунків артіндексів лежить інформація про вартість купівлі (продажу) одного і того ж об'єкта впродовж певного проміжку часу. За допомогою артіндексів можна відстежувати динаміку цін на витвори мистецтва як для артринку загалом, так і для різних його сегментів. Нині найбільш поширеними в середовищі зарубіжних експертів артбізнесу і західних інвесторів є *індикатори оцінки дохідності творів мистецтва* :

- нью-йоркський Мей-Мозес індекс (Mei-Moses All Art Index)
- міланський Габріус артіндекс (Gabrius Art Index),
- аналітичний ресурс artprice.com,
- індекс Міжнародної корпорації ArtNet,
- індекс Артсейлз (Art Sales Index),
- британсько-швейцарський Цюріх арт енд антикес індекс (Zurich Art and Antiques Index),
- художній індекс Skate's Art Stocks Index (SASI)<sup>334</sup>.

Найпопулярніший на сьогодні у світі *Mei-Moses All Art Index* (рис. 5.1) був розроблений американськими професорами школи бізнесу Леонардо Стерна при Нью-Йоркському університеті Дж. Меєм і М. Мозесом<sup>335</sup>. Цей індекс узагальнює відомості про повторні продажі (продажі одних і тих же предметів мистецтва в деякому тимчасовому інтервалі), здійснені найбільшими аукціонними будинками Крістіс і Сотбіс (Christie's, Sotheby's) з 1950 р., включаючи ціну купівлі і ціну продажу<sup>336</sup>. Індекс аналізує величезну кількість параметрів, наприклад,

<sup>334</sup> Альтернативные инвестиции – артрынок. *Биржевые статьи. Журнал для трейдеров, форекс аналитика, обучение. ForTrader.org*. 2008. URL: [http://fortrader.ru/articles\\_forex/alternativnye-investicii-art-rynok.html](http://fortrader.ru/articles_forex/alternativnye-investicii-art-rynok.html)

<sup>335</sup> Mei J., Moses M. Art as an Investment and the Underperformance of Masterpieces. *American Economic Review*. 2002. № 5.

<sup>336</sup> Мортина К. Д. Артрынок і його привабливість для інвесторів. *Фінансові ринки*. 2009. № 19.

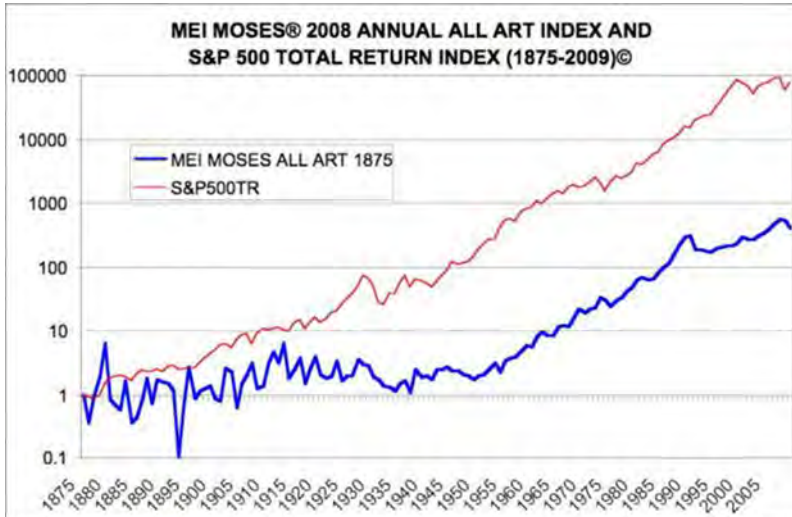


Рис. 5.1. Динаміка Mei-Moses All Art Index за 1875-2009 рр.

Джерело: *artmarketmonitor.com*

те, як ціни в різних категоріях змінюються за рік або за п'ять років, які категорії в різні періоди досягають піків і падінь.

У 1993 р. У. Гоецман використав модель Мея і Мозеса для розроблення десятирічного індексу мистецтва, у розрахунок якого використовуються дані про картини, продані два або більше разів з 1715 по 1986 рр. Була створена база даних, що складається з 3329 цінових пар, що дозволило її дослідникам перевірити дві головні гіпотези ефективності інвестування в мистецтво. *Перша свідчить* про те, що найбільшу дохідність власникові приносять дорогі картини старих майстрів, а *друга* – про те, що ціни продажу для ідентичних картин у різних місцях у той же час мають бути однаковими. Ця гіпотеза повністю підтверджена укладачами індексу. Нині Mei-Moses All Art Index налічує понад 13000 пар повторних продажів, і приблизно 1000 щорічно включаються додатково<sup>337</sup>. У методиці розрахунку індексу використовуються дані про купівлю-продаж на ринку робіт старих майстрів, імпресіоністів і сучасних авторів<sup>338</sup>. Щорічний Mei-Moses All Art Index

<sup>337</sup> Mei J., Moses M. Art as an Investment and the Underperformance of Masterpieces. *American Economic Review*. 2002. № 5.

<sup>338</sup> Музей личних інвестицій. *GiF.Ru*. 25.10.2004. URL: <http://www.gif.ru/themes/kunstbazar/art-manual/25-10>

надає дані про оцінку дохідності і ризику від інвестування в мистецтво, що дозволяє зіставити ці відомості з аналогічними характеристиками фінансових активів, таких як акції і облігації<sup>339</sup>. Упродовж 50 років (з 1953 по 2003 рр.) Mei-Moses All Art Index зростав в середньому майже такими ж темпами, як і американський фондовий індекс S&P 500: Mei-Moses All Art Index показав середньорічну дохідність інвестицій у витвори мистецтва на рівні 12,06%, S&P 500 – на рівні 11,7%. Проте в піковий 2007 р. Mei-Moses All Art Index значно перевершив S&P – 20% проти 5,5%<sup>340</sup>.

На думку авторів індексу, цей підхід дозволяє досягти максимально точної оцінки дохідності ринку мистецтва, що надає можливість використати цей індекс для порівняння артринку в різні періоди часу, виявлення трендів і внутрішньої динаміки ринку, а також зрозуміти, як цей ринок реагує на зміни загальних економічних подій. Наприклад, у 2009 р. відбулося падіння WAAI на 22%, що стало максимальним зниженням цього індексу з 1991 р., коли в результаті вибуху «мильної бульбашки» на ринку мистецтва 1985-1990 рр., індекс знизився на 30%. Варто відзначити, що 2009 р., після п'ятирічного стійкого зростання цін приблизно на 20% у рік, ознаменувався другим за значимістю спадом з часів «великої депресії». Зростання цін на 22% в 2010 р. зупинило сповзання вниз і започаткувало консолідацію світового аукціонного ринку мистецтва. У 2011 р. значення індексу продовжувало зростати, проте темпи сповільнилися до 10,2%. У 2012 р. інвестування в предмети мистецтва стало менш прибутковим, порівняно з інвестиціями на ринку акцій, про що свідчить позитивна дохідність таких фондових індексів, як S&P 500 і FTSE, тоді як WAAI знизився на 3,28%. У наступні періоди, аж до 2018 р., істотного зростання або падіння індексу не спостерігалось, проте можна говорити про стабільний підвищувальний темп.

На графіку (рис. 5.2) наведено індекс Сотбіс Мей-Мозес для більш широкого мистецького ринку з 1950 по 2018 рр., що показує траєкторію попиту на ринку, що демонструє річний темп зростання 8,8%.

<sup>339</sup> Mei J., Moses M. Art as an Investment and the Underperformance of Masterpieces. *American Economic Review*. 2002. № 5.

<sup>340</sup> Альтернативні інвестиції: Пікассо кидає виклик S&P. *K2Kapital.com*. K2K News. URL: <http://www.k2kapital.com/articles/16/26194>



## Індекс Сотбіс Мей-Мозес



Рис. 5.2. Sotheby's Mei Moses Index в 1950-2018 рр.<sup>341</sup>

Необхідно зазначити, що індекс Mei-Moses All Art Index має свої недоліки і обмеження. Передусім під час розрахунку цього індексу не враховуються транзакційні витрати: комісійні аукціонних будинків, витрати на страхування і транспортування, податки і т.ін., що знижує дохідність інвестицій. Щобільше, артіндекси розраховуються тільки на основі даних, що надаються аукціонним ринком і, відповідно, не можуть вповні відбивати дохідність усього ринку предметів мистецтва, хоча багато експертів відзначають, що продажі на великих аукціонах здійснюють безпосередній вплив на увесь інший ринок (передусім галереї), особливо на об'єкти, що належать до середнього і нижнього ціннових сегментів<sup>342</sup>.

Дослідження сучасного артринку неможливе також без спеціалізованих баз даних: ArtNet, Art Sales Index, Artprice, Skate Press та інших<sup>343</sup>, що надають користувачам професійний аналіз ринку, тенденцій, різні коментарі, що слугує орієнтиром для інвесторів і експертів.

<sup>341</sup> The Sotheby's Mei Moses Indices. *Sotheby's*. 2018. URL: <https://www.sothebys.com/en/the-sothebys-mei-moses-indices>

<sup>342</sup> Козаева А. У. Инвестиции на рынке предметов искусства. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-na-rynke-predmetov-iskusstva>

<sup>343</sup> Арт-инвестиции и арт-бэнкинг. Бизнес и банки. *Finanal.ru*. URL: <http://finanal.ru/010/art-investitsii-i-artbenking?page=0,0>



У роботі<sup>344</sup> зазначається, що в ролі бази даних для дослідження на сьогодні може бути найбільша сукупність предметів мистецтва в Skate's Top 10 000 (<http://www.skatepress.com/skates-top-10000/artworks/>), що об'єднує найдорожчі артоб'єкти, реалізовані з 1985 р. по теперішній час за допомогою публічних аукціонів. (До відома: компанія Skate's була заснована в 2004 р. у Нью-Йорку російським підприємцем С. С. Скатерщиковим. Попри юний вік, фірма позиціонує себе як лідер у сфері аналітики художнього бізнесу; підтвердженням можуть слугувати рейтинги творів, що складаються компанією, відстежування динаміки власного артіндексу, проведення спеціалізованого форуму, що об'єднує дилерів, експертів і колекціонерів. У 2009 р. Skate's було видане міжнародне свідоцтво з інвестування на ринку предметів мистецтва. З початку 2015 р. фірма стала частиною всесвітньо відомої медіа-компанії ARTnews, глобальною метою якої є досягнення більшої прозорості торгових угод з творами мистецтва). Рейтинг веде свій рахунок з середини 1980-х рр. – часу початку розквіту ринку і фіксації перших гучних угод. Акцент на аукціонному методі продажу – відкритому способі встановлення ціни. Так, дорогий витвір може бути реалізований і через галерею, але в цьому випадку покупець має право не називати виплачену ним суму, тоді як на аукціоні прозорість ціни є обов'язковою умовою участі. Переконливий розмах варіації рейтингу – приблизно від 1,5 до понад 140 млн дол. США за предмет мистецтва, – що показує значну неоднорідність складових. Водночас візуально простежується цікава закономірність: топові позиції першої сотні сукупності багато в чому визначаються творами, реалізованими повторно. Аналогічна тенденція зберігається і для визнаних майстрів-лідерів: найдорожчі роботи Бекона, Ворхола і Пікассо належать саме до повторних продажів. Сумарне число подібних творів складає 1537 одиниць або 15,37%, формуючи собою незалежний масив даних Skate's Repeat Sale (<http://www.skatepress.com/skates-top-10000/repeat-sales/>), – емпіричну базу дослідження, метою інвестування.

---

Як основну міру інвестиційної привабливості творів аналітики Skate's пропонують спеціальний показник Annualized Effective Rate of Return (ERR) – річну ефективну ставку доходності. На думку компанії, цей показник якнайкраще відбиває фактичну прибутковість вкладень

<sup>344</sup> Кольчева В. А. Статистический анализ распределения цен на произведения искусства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5.* 2016. Вып. 1. С. 42-55.

у мистецтво; досягається це за рахунок встановлення найвагоміших трансакційних витрат гравців артринку: комісійних відсотків аукціоніста, податкових виплат, витрат власника на володіння – і подальшого їх виключення з розрахунку. Роль подібних трансакцій під час угод з художніми цінностями детально описано в роботі<sup>345</sup>. Зокрема, комісія аукціонного будинку забирає, як правило, 10-17% від ціни продажу твору мистецтва; у низці випадків додатково виплачуються ще 4-7% за так зване право наслідування майстра або його спадкоємців впродовж 70 років з дня смерті автора. Нащадки Пікассо, наприклад, живуть за рахунок цих відсотків. Звичайно, що види та розмір податків цілком залежать від національного законодавства. Так, російський митний збір, що виплачується при ввезенні предметів мистецтва на територію країни, вважається одним з найвищих у світі, складаючи 30% від вартості твору. Проте від нього звільняються колекціонери, що купують художні твори для особистого користування. Якщо відбувається перепродаж ввезеної цінності, колекціонер переходить у категорію платників податків<sup>346</sup>. Нарешті, витрати на володіння дуже різні; умовно їх можна розділити на дві групи – передбачені і непередбачені. До першої входять витрати на страхування, експозицію, зберігання (такі як потрібний температурний режим, вологість) і реставрацію. Необхідність у других виникає, зокрема, при суперечках реституцій.

Заслуговує на увагу дослідження<sup>347</sup>, що дозволили отримати науково обґрунтовані висновки: чим нижча ціна початкового продажу, тим помітнішою має стати ціна перепродажу і річної ефективної ставки дохідності мистецтва. Проте, як показує практика, перелом модних тенденцій – процес нерідко розтягнутий в часі; таким чином, від інвесторів і колекціонерів, що обирають цю стратегію взаємодії з артринком, вимагається проявити певну витримку. Стосовно *часового чинника*, то сама репутація творів як інвестицій-притулків диктує прямий вплив: вірогідність настання спорадичних змін зростає з розширенням відрізка спостереження. Наприклад, продана повторно в межах року скульптура Родена зросла в ціні в 2,6 рази, тоді як така, що

<sup>345</sup> Кольчева В. А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. 136 с.

<sup>346</sup> Кольчева В. А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. 136 с.

<sup>347</sup> Кольчева В. А. Статистический анализ распределения цен на произведения искусства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2016. Вып. 1. С. 42-55.

«залежалась» у господарів на 46 років робота Кранаха Старшого – у 65 разів. Отже, чим більший термін зберігання предмета мистецтва, тим значніші будуть і ціна повторного продажу, і артдохідність. Проведене емпіричне дослідження дозволило зробити висновок – *художні цінності можуть і мають бути охарактеризовані як дієвий фінансовий інструмент. Власники подібних об'єктів можуть розраховувати на прибуток від продажу не менше ніж в 85% випадків.* Що стосується категорії довгостроковості при очікуванні цінової віддачі, то вона виявляється вкрай перебільшеною. Безперечно, ринку творів мистецтва найбільше, чим якому-небудь іншому торговому майданчику, відомі вдалі перепродажі витриманих упродовж кількох десятиліть артактивів. Проте, з точки зору статистики, вони залишаються не більше ніж одиничними; водночас саме ці випадки запам'ятовуються, створюючи романтичний ореол ринку мистецтва, і залучають нових гравців.

Розроблений індекс *Skate's Art Stocks Index (SASI)* відображає динаміку котирувань акцій компаній, що одержують велику частину своїх доходів і прибутку від операцій з творами мистецтва і обслуговування артринку. Цей індекс розраховується щодня на момент закриття торгів на усіх фондових біржах, де розміщені цінні папери арткомпаній. Окрім SASI, Skate Press щодня здійснює коригування *Skate's Investable Art Stocks Index (SIASI)*, який розраховується за вибіркою з SASI даних про дохідність компаній, об'єми продажів яких перевищують певний рівень. Скорегований індекс SIASI призначений спеціально для індексних фондів і цінних паперів, що вільно торгуються на біржах подібно до акцій (*Exchange Traded Fund, ETF*), а SASI – для інформування інвесторів і аналітиків про стан і основні тенденції артринку. Наприклад, динаміка індексу SASI і американського фондового індексу S&P 500 в умовах ринку, що склалися, в період 2005-2011 рр. свідчила, що в період з вересня до листопада 2005 р. обидва аналізовані індекси були практично на одному рівні.

Окрім індексів, що відбивають динаміку світового артринку, існують індекси, розроблені російськими фахівцями. Це ARTIMX (*ART Investment Market Index*), що є набором інтегральних показників, які характеризують відносну величину ціни умовно усередненого витвору мистецтва на певний момент часу. Розрахунок здійснюється за даними про результати продажів на основних світових аукціонах. Точкою відліку є розрахункова середня величина вартості предметів мистецтва в 2000 р., приведена до базового рівня індексу, прийнятого

за 1000 пунктів. Для розрахунків індексів ARTIMX аналізуються дані про результати продажів близько 3 млн лотів з 12 тис. аукціонів. Загальний індекс ARTIMX характеризує інтегрований стан світового ринку мистецтва, а також підмножини ARTIMX 50 Painting і ARTIMX Graphics, що розраховується відповідно для живопису і графіки. Окремо визначаються індикатори напрямів, що традиційно виділяються, – ARTIMX Old masters (оцінює роботи старих майстрів), ARTIMX Impressionism & Modern Art (оцінює роботи імпресіоністів і мистецтво XX ст.), ARTIMX Contemporary Art (оцінює сучасне мистецтво).

Окрім цінкових індексів ARTIMX, у ролі додаткових інструментів для інвесторів використовується сімейство індексів ARTIMXp (ARTIMX profit), що відбивають дохідність з інфляційною корекцією на основі індексу споживчих цін Consumer Price Index (CPI), що публікується у звітах за прогнозами фінансових тенденцій, – Financial Trend Forecaster. Також цікавими індикаторами є індекси купівельної активності ARTIMXba (ARTIMX buying activity), що є усередненою величиною поточного співвідношення кількості проданих і виставлених на продаж лотів на основних світових аукціонах (у відсотках)<sup>348</sup>.

На думку Т. Фадеєвої, витвір мистецтва здатний бути об'єктом інвестиції, є також об'єктом брендингу (*брендинг* – поняття, що включає створення і просування бренду і всіх його складових). Механізм брендингу реалізується на ринку мистецтва і включає арткритиків, експертів, дилерів, галеристів та інших інституціональних діячів мистецтва. Рушійною силою бренду є формальний момент – *інновація*. Вона ж зазвичай слугує базою для обґрунтування нового бренду<sup>349</sup>.

### 5.3. Способи інвестування та їх особливості

Щорічне зростання і розвиток ринку мистецтва і його інфраструктури стимулює залучення на нього нових учасників і зростання інтересу до предметів мистецтва як інвестиційних активів. На цей процес також здійснює вплив збільшення чисельності заможних людей. Так, число мільярдерів у всьому світі збільшилось у понад 4 рази з 2000 року,

<sup>348</sup> Інвестиции в искусство. *ARTInvestment.RU*. 2020. URL: <http://artinvestment.ru/indices/artimx>

<sup>349</sup> Фадеева Т. Е. Экономическая компонента как основная составляющая современного искусства. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 8. С. 305-312.

водночас більшість з них витрачають частину своїх коштів на купівлю предметів мистецтва<sup>350</sup>.

Використання предметів мистецтва як альтернативних джерел інвестицій поширене не лише серед приватних інвесторів, але і серед корпорацій, таких як UBS, JPMorgan, Chase&Co і Deutsche Bank, а також серед деяких держав: Великобританія (The UK Government Art Collection)<sup>351</sup>, США (The Fine Arts Program)<sup>352</sup>, ОАЕ, Катар та інші. Так, загальна вартість колекції мистецтва Великобританії складає 3,5 млрд дол. США<sup>353</sup>, а Катар щорічно виділяє до 1 млрд дол. США тільки на купівлю предметів сучасного мистецтва<sup>354</sup>.

На сьогодні ринок творів мистецтва характеризується наявністю різноманітних способів інвестування, до яких належать, зокрема, *інвестиційні фонди*, що займаються капіталізацією артринку і вважаються порівняно новим видом колективних інвестицій. Принцип роботи цих фондів подібний до роботи традиційних хедж-фондів. Так, мінімальний розмір інвестицій до фонду The Fine Art Group складає від 500 до 1 млн дол. США<sup>355</sup>. На цю суму експертами фонду формується портфель активів, який передбачає приватне або ж пайове володіння (у випадку приватного володіння портфель зазвичай складається з кількох артоб'єктів, що належать, на думку експертів фонду, до найбільш прибуткових. Другий варіант передбачає можливість володіння кількома інвесторами одним активом). Зазвичай такі портфелі активів приносять від 5% до 10% річних. Основною відмінністю таких фондів від традиційних є те, що первинне накопичення активів здійснюється не лише за рахунок грошових коштів, але і за рахунок

<sup>350</sup> The Art Market 2019. *Art Basel & UBS*. 2019. URL: [https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The\\_Art\\_Market\\_2019-1.pdf](https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Market_2019-1.pdf)

<sup>351</sup> The UK Government Art Collection. *Gac.Culture*. 2020. URL: <http://www.gac.culture.gov.uk>

<sup>352</sup> The Fine Art Program. *U.S. General Services Administration*. 08.05.2020. URL: <https://www.gsa.gov/real-estate/design-construction/art-in-architecture-refine-arts/fine-arts-collection>

<sup>353</sup> Britain has a 'hidden' art collection worth £3.5 bn. *BBC*. 04.09.2015. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-34150322>

<sup>354</sup> Hack S. Qatar's Billion-dollar Art Collection Causes Controversy. *Bloomberg*. 03.10.2014. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-10-02/qatar-s-billion-dollar-art-collection-causes-controversy>

<sup>355</sup> Schwartz Sh. Wealthy investors dabble in art investment funds. *CNBC.com*. 29.05.2015. URL: <https://www.cnbc.com/2015/05/29/wealthy-investors-dabble-in-art-investment-funds.html>

культурних цінностей, мінімальна частка яких має складати 40%. Вартість чистих активів змінюється, виходячи з результатів регулярної переоцінки активів, започаткованої на результатах аукціонних продажів і виставкової діяльності фондів. Практика показує, що найбільшу ефективність вкладень у таких фондах можна отримати за умови довгострокового інвестування (від 7 до 10 років). Сьогодні на ринку мистецтва можна виділити корпоративне інвестування і поширення моделі пайового володіння між співробітниками організацій, що формують свої власні колекції.

---

**Артфонди** – це приватні інвестиційні фонди (за організаційно-правовою формою – пайові, взаємні або хеджеві), що ставлять за мету отримання прибутку шляхом придбання, менеджменту та продажу предметів мистецтва як капітального активу. Вони управляються професійною компанією, яка отримує щорічну плату за управління (1-3% від вартості чистих активів художнього портфеля фонду або загального обсягу капітальних зобов'язань, здійснених інвесторами), а також частину підсумкового прибутку фонду (у середньому 20%), одержаного від продажу предметів мистецтва.

Основні завдання керуючої компанії артфонду:

- реєстрація компанії з обліків обраної юрисдикції і подальша її відповідність адміністративним, бухгалтерським і податковим нормам;
- залучення капіталу для фонду (інвестиційного пулу) і робота з інвесторами;
- визначення потенційних об'єктів придбання (предметів мистецтва) з подальшою купівлею;
- управління портфелем мистецтва, включаючи логістику, зберігання і страхування;
- дії, спрямовані на підвищення вартості мистецтва (наприклад, за допомогою короткострокової оренди музеям або видавничих проєктів);
- моніторинг ринку мистецтва загалом і художників, що становлять активи фонду, зокрема;
- належний розподіл прибутку за підсумками операційного циклу фонду.

Три складові структури артфонду:

- правління (загальні рішення, пошук інвесторів, прийняття рішень про пайову участь, найбільш вагомні покупки, диверсифікацію портфеля);
- менеджмент (догляд, маркетинг, юридичні питання, підвищення капіталізації);
- трансакції: придбання і збут (консультування щодо доцільності придбання, пошук і прямиий контакт з продавцем і покупцем, організація збуту).

Ринок артфондів значно виріс за останні десять років, одночасно з появою інструментів фінансового прогнозування в галузі мистецтва і нового покоління менеджерів, які мають освіту у сфері артфінансів. За оцінкою Art Fund Association, за весь час на різних стадіях існувало близько 200 інвестиційних артфондів з трохи менше 3 млрд дол. США сукупних інвестицій. Крім того, на кінець 2017 р. було зафіксовано понад 9 тис. хеджевих фондів з приватними активами в управлінні на суму понад 1,7 трлн дол. США, з яких 1,8 млрд дол. США становили предмети мистецтва (0,1%). До початку 2020 р. у світі на різних стадіях функціонувало близько 60 артфондів, 20 з яких перебували в пошуках інвесторів або мали «відкриту структуру» операційного циклу (увійти у фонд інвестору можна було в будь-який час). На цей час деякі артфонди розробляють принципово нові підходи до залучення й утримання інвесторів, зокрема можливості торгувати частками окремих предметів мистецтва у межах портфеля між пайовиками фонду за допомогою технології блокчейн<sup>356</sup>.

Практика формування колекцій мистецтва має поширення серед великих банків, автоматично підвищуючи їх статус в очах контрагентів і клієнтів. Розглядаючи об'єкти мистецтва як інвестиційні активи і придбавши об'єкти мистецтва в інвестиційних цілях, вони стають прикладом для своїх клієнтів. Наявність власної колекції предметів мистецтва робить банки вагомими учасниками артринку і дозволяє пропонувати своїм клієнтам послуги, пов'язані з інвестиціями в мистецтво. Так, одним з новітніх напрямів у межах private banking став так званий *артбанкінг*, який передбачає консультаційні послуги з питань придбання предметів мистецтва в інвестиційних цілях, супровід угод купівлі-продажу предметів мистецтва, їх фінансову оцінку. Звичайно, передбачається взаємна співпраця банків, що надають такі послуги, з

<sup>356</sup> Просто о сложном: арт-фонды. *ARTinvestment.RU*. 21.04.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200421\\_art\\_funds.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200421_art_funds.html)



галереями, аукціонними будинками, оцінювачами і консультантами зі сфери мистецтва, які мають високу репутацію в артколах. Серед лідерів у цьому напрямі можна виділити швейцарський банк UBS, колекція якого включають близько 35 тис. творів мистецтва<sup>357</sup>. Також великими гравцями артринку є Citibank і Deutsche bank. Загалом цей напрям інвестиційного банкінгу має більше поширення за кордоном, у розвинених країнах, де на послуги такого характеру є найбільший попит. Слід зазначити, що артінвестиції за допомогою банків ані в Україні, ані за кордоном не мають масового характеру, а використовуються здебільшого забезпеченими клієнтами.

Ще одним напрямом інвестиційної діяльності з використанням творів мистецтва є їх *секьюритизація* за допомогою банку. На першому етапі незалежними експертами визначається ціна твору або кількох творів. У разі, якщо продавець погоджується з цією ціною, робота виставляється на продаж, проте в цьому випадку інвестори можуть придбати не усю роботу, що часто виявляється проблематичним через її високу ціну, а лише її частину. Усі роботи виставляються у формі сертифікатів, аналогічних акціям, купівля і продаж яких здійснюється тільки за допомогою фінансових інститутів<sup>358</sup>.

Необхідно відзначити і наявність *фінансового арбітражу* на ринку творів мистецтва. Деякі роботи іноді можуть не виділятися на звичайних аукціонах або інших торгових майданчиках, внаслідок чого стає можливим придбати їх за ціною, набагато нижчою за ринкову. Щороку твори мистецтва повторно перепродають на престижнішому аукціоні. Така стратегія дозволяє колекціонерам і інвесторам в короткі терміни отримувати значну дохідність<sup>359</sup>.

Заслуговує на увагу кількісна оцінка ринку мистецтва економічним департаментом Artprice (найбільша французька онлайн-база цих цін на предмети мистецтва) у відповідь на попит з боку фінансових і банківських інститутів, а особливо сегменту private-banking, що

<sup>357</sup> Вдовин И. А., Мешерская Н. В. Предметы искусства как альтернативные инвестиции: стратегии управления рисками и повышение доходности. *Бизнес. Общество. власть*. 2018. №2(28). С. 146-148. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35393639>

<sup>358</sup> Щурина С. В. Инвестиции в объекты искусства финансовых институтов и банков. *Финансы и кредит*. 2015. №24(648). С. 54-56. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23612672>

<sup>359</sup> Investing in Art. *Artprice.com*. 2019. URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2018/investing-in-art>

заснована тільки на цінах творів майстрів, що належать до так званого сегменту «блакитних фішок»<sup>360</sup>. У розрахунок цього індексу входять роботи 100 діячів мистецтва, що найбільш продаються за останні п'ять років на аукціонах, і, відповідно, що підходять під критерій ліквідності (як мінімум 10 робіт порівняної вартості мають бути продані впродовж кожного року). Слід зазначити, що Індекс Artprice100 є визнаною альтернативою традиційним фінансовим індексам, оскільки розраховується на основі тих же принципів. Зокрема, динаміка цього індексу свідчить, що мистецтво є досить конкурентоспроможним способом довгострокового інвестування, а правильна інвестиційна стратегія може принести значно більший дохід, ніж просто інвестування в ринок мистецтва загалом, і навіть у такому разі інвестиції можуть виявитись більш прибутковими, ніж у випадку з традиційним фінансовим ринком.

Як вже не раз зазначалося, ринок предметів мистецтва, як і усі інші ринки, *циклічний*. У зв'язку з тим, що ціни на артринку періодично коливаються, для отримання доходу від інвестицій, на думку експертів, інвесторам необхідно купувати тільки те, що недооцінено і має потенціал зростання, а не сліпо слідувати за модними трендами. Інакше інвестор може серйозно постраждати від перегріву ринку, який періодично породжує «мильні бульбашки» з невиправдано високими цінами на предмети мистецтва і подальшу нездатність отримати дохід від продажу, через що власникам доводиться знижувати ціну нижче ціни купівлі. Вкладаючись у мистецтво, інвесторові не лише необхідно мати достатню суму коштів, але і володіти серйозними знаннями в цій сфері, які до того ж мають супроводжуватись інтуїцією до нарощування вартості. У зв'язку з цим, тільки якщо підходити до заробітку на вкладеннях у твори мистецтва професійно і грамотно, можна розраховувати на значну доходність від вкладень. Інакше ризик втратити свої гроші дуже великий.

Загалом інвестування на ринку мистецтва має безліч специфічних особливостей і принципів. Успішні інвестиції на цьому ринку можливі тільки під час реалізації обдуманого раціональної стратегії. Інвестиції в картини вимагають уміння ризикувати і бути готовими до небезпек. Зокрема, *такою небезпекою є підробки*<sup>361</sup>. «Підробляти не гребував

<sup>360</sup> Там само.

<sup>361</sup> 9 самых громких историй, связанных с подделками. *Style Insider*. 21.11.2018. URL: <http://styleinsider.com.ua/2018/11/9-stories-about-fakes>

навіть Мікеланджело, який у молодості писав картини від імені свого вчителя Гірландайо. Що й казати про наших сучасників! Приміром, Айвазовський написав близько шести тисяч картин, але на ринку, за оцінками різних експертів, зараз ходить від 30 до 60 тисяч полотен, які приписують майстру. А Казимира Малевича підробляють так часто, що його картини не беруть на деякі аукціони. На жаль, люблять підробляти картини і самі галеристи. Так, власники відомої нью-йоркської галереї Exclusive Art протягом 12 років підробляли картини Марка Шагала, Поля Гогена, Огюста Ренуара та інших відомих художників, продаючи їх колекціонерам за ціною оригіналу. Упіймалися вони після грандіозного скандалу, коли в травні 2000 р. картину Поля Гогена «Ваза з квітами» одночасно виставили в каталогах двох аукціонних будинків»<sup>362</sup>.

---

Феномен підробки представляє художній музей Моріцбург у східнонімецькому місті Галле. Як повідомляє інформаційне агентство дра, тут представлено понад 200 експонатів: від фальшивих грошей і технічних засобів для впізнання фальшивок до копій картин знаменитих художників, зроблених для того, щоб продати їх як оригінали. Зазвичай тему підробок музеї вважають за краще не афішувати, зазначив директор музею Томас Бауер-Фрідріх (Thomas Bauer-Friedrich) на презентації виставки. Нікому, за його словами, не хочеться зізнаватися в тому, що він став жертвою обману. До того ж сама постановка питання про цінність підробки ставить під сумнів загальноприйняте уявлення про унікальність справжнього витвору мистецтва. Тим часом, за оцінками деяких експертів, кожен третій об'єкт на артринку є підробкою. Художній музей у Галле сам став жертвою обману три роки тому. Головними «героями» виставки в Галле є три відомих фальсифікатори мистецтва: Отто Вакер (Otto Wacker), Хан ван Меєгерен (Han van Meegeren) і Вольфганг Бельтраккі (Wolfgang Beltracchi). На прикладі 12 написаних ними полотен – від підробленого Макса Пехштейна до підробленого Ван Гога – виставка показує процес створення фальшивок і методи їх виявлення, а також досліджує питання: а чи є взагалі гарантії від підробок? Доповнює експозицію програма доповідей, фільмів і екскурсій<sup>363</sup>.

---

<sup>362</sup> Там само.

<sup>363</sup> В Галле показують искусство подделки. *Deutsche Welle*. 21.11.2014. URL: <https://www.dw.com/ru/в-галле-показывают-искусство-подделки/a-18079396>

Ще одна небезпека – *неправильна ідентифікація авторів картин*. Як свідчить практика, навіть професіонали з провідних аукціонних будинків Sotheby's і Christie's не застраховані від помилок. Наприклад, продану за 40 млн дол. США на аукціоні Christie's картину Вінсента ван Гога «Соняшники» після експертизи італійські мистецтвознавці визнали роботою Поля Гогена. На щастя, для покупця картини, Гоген оцінюється не набагато дешевше Ван Гога.

І звичайно, як же без почуття азарту. Інвестування в живопис – справа складна і ризикована. Багато видатних колекціонерів ставляться до покупки і продажу картин просто як до якоїсь гри або лотереї, яка приносить їм непідробне задоволення. «Інвестиції пристрасті» – такою назвою іноді означають альтернативні інвестиції, тобто інвестиції в нефінансові інструменти. Як не дивно, саме цей вид інвестицій з'явився задовго до акцій, облігацій, форвардів, ф'ючерсів і інших всіляких фінансових інструментів. З давніх часів сильні світу цього, після нелегких бізнес-баталій, поринали у світ мистецтва, у чому знаходили відпочинок від щоденної гонитви за капіталом. З часом до них прийшло розуміння, що такого роду вкладення капіталу може бути не лише інвестицією в задоволення, але і може приносити пристойний дохід, тільки слід трохи почекати<sup>364</sup>. Потрібно бути терплячим, і як радять експерти, не варто на початках купувати картини набагато дорожче естимейта (попередньої оцінки експертами вартості полотна).

На думку фахівців художнього порталу artinvestment.ru, саме цієї помилки припустився колишній власник «Здибленого жеребця» Антоніса ван Дейка. У 2008 р. картина була продана в три рази дорожче естимейта – за понад 6 млн дол. США. А під час перепродажу в 2012 р. полотно фламандського майстра продали в межах оціночної вартості – за 2,2 млн дол. США. Через поспішність під час торгів інвестор втратив 3,85 млн дол. США.

Фахівці нарікають на те, що критерії справжнього мистецтва зараз розмиті, а тому мало хто візьметься впевнено стверджувати, що може вважатися шедевром, а що - ні. Сучасні художники зізнаються, що їм складно творити щось по-справжньому самобутнє. Водночас найбільшого успіху сьогодні найчастіше досягають саме ті, кому вдається створювати щось унікальне, не схоже на творчість інших. Яко-

<sup>364</sup> Інвестиции страсти - удовольствие от возможностей. *Фінансова освіта громадян*. 27.06.2014. URL: <http://www.finosvita.com.ua/ru/news/Investicii/INVESTICII-STRASTI-UDOVOLSTVIE-OT-VOZMOZHNOSTEIY.htm>

гось домінуючого напрямку або стилю в живописі, подібно до того, як було, наприклад, з імпресіонізмом або кубізмом на початку минулого століття, у наші дні немає. Тенденції ХХІ ст. говорять про те, що полотна, які пишуться в традиціях давно наявних напрямів живопису, мають менше шансів істотно зрости в ціні, ніж роботи художників, які створюють щось нове й оригінальне.

---

У рубриці «Теорія помилок» автор прагне викрити міфи, які вдало видаються за факти і негативно впливають на розвиток ринку мистецтва та інвестиційний клімат. Один з них – чи існує на артринку фінансова бульбашка<sup>365</sup> і чи це *відношення до ринку мистецтва*? Артринку у сучасному вигляді існує і розвивається останні 30 років, провідним аукціонним будинком майже 300 років, а першій згадці про артпродаж – 3 тисячі років. Вартість творів, що перебувають у заставі, складає 21-24 млрд дол. США: це всього 0,7% від вартості всіх предметів мистецтва в приватних руках. Отже, порівняння ринку мистецтва з іншими бульбашками на першому етапі аналізу підтвердження не знаходить. Економісти виділяють п'ять причин виникнення фінансових бульбашок: (1) *несправедлива вартість товару* – ціноутворення витворів мистецтва є предметом наукових досліджень, ці дані перебувають у відкритому доступі. Для робіт молодих художників є формула встановлення первинної вартості при першій появі на ринку: вартість роботи дорівнює витратам на створення, помноженим на два. Далі, з розвитком кар'єри, вартість зростає з урахуванням додаткових показників: виставок, каталогів, конкурсів і грантів. Контракт з галереєю додає свій коефіцієнт, рівнозначний сумі вкладених у просування художника коштів. Щобільше, за ціною художників-початківців продається в середньому 90% робіт на ринку – і молодих авторів, і старих, і що пішли. Інша справа – решта 10% робіт: їх автори – своєрідні блакитні фішки, що створюють цінові рекорди артринку. Тут правило ціноутворення інше: робота коштує стільки, скільки за неї готові заплатити. Але враховуючи ринкові реалії: інфляції, оподаткування, загальна економічна ситуація і купівельна спроможність. Ті, хто наважуються на подібну купівлю, як правило, володіють роботою десятиліттями. А «чисті» інвестори в предмети мистецтва, яких на частку ринку припадає до 25%, віддають перевагу

---

<sup>365</sup> Белькевич Д. Теорія заблудених: бульбашка арт-ринку. *ARTinvestment.RU*. 20.02.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200220\\_bubbles.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200220_bubbles.html)

категорії до 1 млн дол. США; (2) *результат «брудної» спекуляції* – якщо колекціонер придбав роботу художника XIX ст. без документів у напівпідвалі неблагополучного району Парижа, а лише потім за сумнівався в її достовірності, – це не прокол фінансової бульбашки, а його особистий прокол. У такого колекціонера є вибір: або визнати помилку і залишити роботу у себе, або постаратися перепродати її на ринку, запустивши процес створення фінансової бульбашки. Покупець, який придбає цю роботу, вимушений буде вчинити так само, і далі так само. Проте підробна робота на ринку мистецтва з кожною зміною власника знижуватиметься в ціні, а не зросте. Інша можлива ситуація – навмисно завищена ціна справжньої роботи з розрахунку на покупця, не знайомого з ціноутворенням, – сьогодні практично виключена. У більшості колекціонерів є доступ до баз аукціонних торгів Artnet, Artprice або ARTinvestment.RU; (3) *Невиправданий азіотаж з боку покупців* – правило, яке наслідують усі відомі бульбашки в історії: відразу попит на активи досягає 80% від об'єму ринку. Іншими словами, покупці загалом готові купити 4/5 всього, що є. Ось тільки до мистецтва це є абсолютно непридатним: цей ринок регулюється стримуванням пропозиції, а не провокацією необґрунтованого попиту. Колекціонери не штурмують Sotheby's: вони довіряють аукціонному будинку, що не допускає більшу, ніж потрібно, концентрацію робіт одного художника на окремо взятих торгах або в аукціонному сезоні загалом. Водночас статистика показує, що в середньому лише 5% із щорічно створюваних художниками робіт з'являється на публічних торгах за життя автора; (4) *Змова великих підприємств на предмет монополізації ціни* – за природою є олігополією і не приховує цього. Є Sotheby's і Christie's, далі – прірва, і інші учасники ринку. Те ж спостерігаємо і в інших сегментах продажів і послуг: великі галереї, аналітичні компанії, сховища значно віддалені від конкурентів. Теоретично, вони можуть встановлювати ціни і диктувати пропозицію, що формує попит. В історії було кілька «локальних бульбашок», що створювалися публічними учасниками ринку. Проте вони або були спрямовані на підтримку статусу мистецтва загалом на тлі тимчасового спаду ринку, або мали абсолютно іншу економічну мету. (Проект Чарльза Саатчі і Стіва Коена з виведення на ринок Д. Герста був створений з метою посилити статус концептуального мистецтва до рівня модернізму і мистецтва післявоєнного, а підвищені японськими колекціонерами ціни на початку 1980 рр. були спровоковані бажанням просунути на західний ринок нові

марки електроніки і автомобілів). Подібні дії незмінно завершувалися однаково: після перших «показових» покупок арттринок приходив у норму і самоочищався від недобросовісних гравців – колекціонерів, художників і дилерів. (5) *Зниження комісій за трансакцію і відсутність податкового регулювання* – для залучення до афери якомога більше спекулянтів спочатку вибирають сферу, мінімально доступну для податкового регулювання. Щодо ринку мистецтва: середня комісія покупця на аукціонних торгах за останні 20 років зросла на 45%. На ринку приватних продажів комісія дилерів понад 70% супроводжує всього 5% угод. Найпоширенішою (30% угод) останніми роками була комісія в 40-50%. Водночас законодавство країн-членів ЄС з 2020 р. ввело додаткову перевірку всіх продажів за ціною понад 10 тис. євро. Отже, комісії ростуть, а кількість країн з привабливою податковою базою звужується: ознаки бульбашки не виявлені<sup>366</sup>. Таким чином, як вважає автор, ринок мистецтва – це змова великих гравців, йому не дадуть обвалитися ніколи. Якщо ж арттринок – самостійна одиниця, що саморегулює баланс попиту і пропозиції, то для обвалу їй треба серйозно збільшити масовий попит на мистецтво. А такого, на жаль, нема.

На думку експертів<sup>367</sup>, спочатку слід розділяти сучасне і класичне мистецтво. Крім того, слід розподіляти самих художників на актуальних і комерційних. Водночас важливо пам'ятати, що ціна на комерційну творчість з роками падає. Роботи ж актуальних майстрів щорічно дорожчають. Наприклад, полотна художників, що вважаються актуальними в Європі і США, коштують набагато дорожче. Так, картина Енді Ворхола «Лимонна Мерлін» за 45 років подорожчала у понад 60 тис. разів.

Як вже зазначалося раніше, необізнаній людині здається, що механізм ціноутворення на арттринку чітко не визначений. Проте, за словами куратора галереї Fine Art, вартість творів сучасних художників встановлюється за цілком зрозумілими критеріями: «На ціну картини впливає не її якість, а біографія художника: важливо, де проходили його виставки, в яких галереях зберігаються роботи. Наприклад, участь у Венеціанській Бієнале – все одно що номінація на «Оскара». А якщо

<sup>366</sup> Белькевич Д. Теория заблуждений: пузырь арт-рынка. *ARTinvestment.RU*. 20.02.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200220\\_bubbles.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200220_bubbles.html)

<sup>367</sup> Инвестиции страсти - удовольствие от возможностей. *Фінансова освіта громадян*. 27.06.2014. URL: <http://www.finosvita.com.ua/ru/news/Investicii/INVESTICII-STRASTI-UDOVOLSTVIE-OT-VOZMOZHNOSTHEY.htm>





**Енді Ворхол (справжнє ім'я – Андрій Воргола)**

*американський художник, продюсер, дизайнер, письменник, колекціонер, видавець журналів і кінорежисер, помітна персона в історії поп-арт руху і сучасного мистецтва загалом. Засновник ідеології «hoto universale», творець творів, які є синонімом поняття «комерційний поп-арт»*

картини художника перебувають у відомих музеях сучасного мистецтва, ви точно не даремно витрачаєте гроші. Чим більше «послужний список» майстра, тим вище вартість картини». У будь-якому разі фахівці не рекомендують вирушати на вулиці у пошуках геніальних художників. «З середини XIX ст., початку історії імпресіонізму, невідомих геніїв немає. Усіх їх вже давно знайшли галереї». Прогнозується, що з часом інвестиції в сучасні картини будуть вигіднішими, ніж вкладення в живопис столітньої давності<sup>368</sup>. Проте деякі колекціонери вважають, що сучасне мистецтво доки не може бути серйозним інструментом інвестицій в нашій країні і збирають картини для власного задоволення, розуміючи, що доки вони неліквідні. Вкладати в мистецтво вигідніше на заході: там низькі ставки за депозитами.

---

Основні правила артінвестування:

<sup>368</sup> Інвестиції в живопис – прибуток для терплячих. *Магазин Антиквар*. 2020. URL: [https://antykvar.com.ua/pub/Investytzii\\_v\\_antykvariat\\_prybutok\\_dlya\\_terplyachyh.html](https://antykvar.com.ua/pub/Investytzii_v_antykvariat_prybutok_dlya_terplyachyh.html)

*Поінформованість* – основний інструмент – орієнтація у художніх трендах, історії мистецтв та ситуації на ринку.

*Передбачення* – процес визначення вартості є складним – вона залежить від суб’єктивних факторів.

*Розумність ризику* – мистецькі роботи мають низький ступінь ліквідності – це справа не для швидкого прибутку у короткотерміновій перспективі.

*Безпека* – додаткові витрати на збереження колекції.

*Необхідність довгострокової стратегії* – ринок артінвестицій орієнтується на привілейованих клієнтів, адже вимагає значного капіталу, який на тривалий час переходить у пасиви.

*Обережність і юридична обґрунтованість інвестиції* – не потрібно вкладати гроші без експертизи, аби не натрапити на підробку або аферу. На ринку вагомі лише оригінальні твори.

---

Одне зі складних питань, а для артбанкінгу – основне – *у який вид мистецтва інвестувати?* Головне пам’ятати, що будь-яка робота з витвором мистецтва – робота на довгу перспективу. Навряд чи 5-10% за рік вас збагатять, проте за 10-15 років ціна значно збільшиться. На думку міжнародних артконсультантів, оптимальний строк інвестування має становити 5-10 років. Водночас 5-10% річного збільшення цін – загальновизнана статистика, а різкі злети – результат немотивованих емоцій. Запорукою успіху артінвестицій є правильний вибір напрямку придбаних робіт та часу укладення договору. *Для прикладу:* полотно постімпресіоніста Поля Сезанна «Кар’єр Бібемус» передостанній власник придбав за 3,19 млн дол. США. Після трьох років володіння картиною він виставив її на аукціон Sotheby’s. Ціна продажу становила 6 млн дол. Після вирахування комісії продавця чистий прибуток досяг 2,76 млн дол. США – відповідно – 27,75% річних.

Етап пошуку та купівлі картини або будь-якого твору мистецтва, який розглядається як інвестиція, займає найбільший проміжок часу. Знайти роботу по-справжньому з історичною та художньою цінністю складно. Експерти рекомендують шукати на виставках, у музеях і на аукціонах; ніколи не треба довіряти «на слово», що картина, яку вам намагаються, наприклад, продати без будь-яких документів на розкладці – дійсно коштовна; якщо не маєте достатньо знань і бекграунду, бажано звернутися за допомогою до експертів – це витрата, що гарантовано окупить себе. Саме завдяки експертизі буде зрозуміло, яку цінність має мистецький твір, які шанси зберегти та примножити



Поль Сезанн «Кар'єр Бібемус»

вкладені кошти. Водночас необхідний мінімум питань, на які ви маєте отримати відповіді – хто автор? У якій країні створили? У який час? Що за школа та стиль? Експертиза зобов'язана провести всі фактори перевірки та видати сертифікат. Аналіз оригінальності твору – вартість послуг залежить від складності, часу, необхідних документів. Середній цінник виходить у 35 дол. за 1 годину. Для транспортування до місця призначення твори мистецтва потребують попередньої підготовки та упаковки. Розрахунок послуги відбувається індивідуально, залежно від кількості предметів, використаного для пакування матеріалу, кількості спеціалістів і складності роботи. Вартість залежить від місця, куди відправляють, спосіб, час (тариф зростає за кожну годину). Крім того, необхідно сплатити вантажно-розвантажувальні роботи (якщо придбання габаритне), такелажні послуги, монтаж предметів, оформлення документів на транспортування. Найкращим способом забезпечити коштовне придбання є оформлення страховки. Необхідна додаткова оцінка предмета. Аналіз колекції, ціна якої перевищує 1 млн дол. США, потребує затрат у 10-15 тис. дол. США. Страховий поліс

складе менше 1% від застрахованої суми. З огляду на те, що йдеться про довгострокову інвестицію, – безпека це найголовніший етап: встановлення сигналізації та охорони; розрахунки витрат проводяться індивідуально, залежно від кількості та наявності відеоспостереження, охорони, пожежної безпеки тощо. Таким чином, дотримання цього допоможе зібрати гарну колекцію чи розпочати свій бізнес в артсфері. Згодом, якщо буде бажання продати придбані твори, можна звернутися до артдилерів, які допоможуть все зробити швидко та з пошуком найбільшої вигоди. Якщо вважаєте себе компетентним, то можна спробувати самому. Майданчиків для продажу є багато – аукціони, інші колекціонери, музеї, виставки. Знову ж таки, гарантії, що придбана вами картина стане цінною, на жаль, немає. Але якщо ви дійсно отримуєте задоволення від мистецтва, у вас є достатньо терпіння та можливість ризикнути – ця справа для вас<sup>369</sup>.

---

*Конференція Deloitte Art & Finance 2019 р., Монако*, провідний форум фахівців ринку мистецтва, присвятила цілий блок для обговорення альтернативних інвестицій. Ніхто з присутніх в залі артдилерів та функціонерів ринку не побачив у цьому нічого дивного. Фахівці по роботі з приватним капіталом давно зрозуміли, що інтереси людей потрібно групувати за двома принципами: мотивами придбання і управління. А вони у колекціонера предметів мистецтва, вина і вантажних автомобілів дуже схожі. Лідери у сфері аналізу приватного капіталу – Carpegini і Merrill Lynch – виділяють такі сегменти альтернативних інвестицій: Art Collections/Предмети мистецтва; Jewelry, Gems & Watches/Ювелірні прикраси, коштовне каміння і годинник; Luxury Collectibles/Предмети розкоші (автомобілі, яхти і літаки); Sports Investments/Спорт (клуби, скакові коні, спортивні яхти); Other Collectibles/Інші предмети колекціонування (нумізматика, елітний алкоголь, антикваріат, музичні інструменти, зброя, клубні карти).

Як же розподілені ці сегменти серед інвесторів? Аналітики з Carpegini зробили три спроби: у 2006, 2008 і 2013 рр. World Wealth Report, що випускається ними, проаналізував збори заможних власників: головне, що звертає на себе увагу – з усіх сегментів альтернативних інвестицій повільно, але впевнено, зростала кількість капіталу, вкладеного в спорт. Іпотечна криза 2008 р. змусила людей переглянути

---

<sup>369</sup> Вкласти у прекрасне і заробити: як інвестувати у мистецтво. Рубрика. Все по полицках. 28.10.2019. URL: <https://rubryka.com/article/how-to-invest-in-art/>

ставлення до ліквідності інвестицій (іншими словами, здатності активу бути проданим у найкоротші терміни) – у цьому плані лідером вкладень стали коштовні камені, а предмети мистецтва і luxury-сегмент ненадовго вийшли з фінансової моди. Збільшений інтерес у період турбулентності в секторі «інших предметів» пояснюється просто: тут першість захопило колекційне віскі і утримує його досі. Звіт Knight Frank 2019 р. показує, що за останні 10 років інтерес до віскі як об'єкта інвестицій збільшився на 582% у грошовому вираженні. У 2018 р. найдорожчим лотом стала пляшка The Macallan 1926 р., продана на Christie's за 1,5 млн дол. США. Саму пляшку розписав ірландський художник-мураліст Майкл Діллон – ще один доказ тісного переплетіння інтересів у світі альтернативних вкладень. Динаміка інвестицій в інші активи за десять років виглядає так: автомобілі (+258%), нумізматика (+193%), філателія (+189%), предмети мистецтва (+158%), вино (+147%), коштовне каміння (+122%), ювелірні прикраси (+112%), годинники (+73%). За звітний період позиції здали лише антикварні меблі (-32%). Що цікаво, відразу кілька сегментів – філателія, вино, віскі, ювелірні прикраси і автомобілі - своїми топ-лотами в 2018 р. встановили рекорди продажів за увесь час аукціонних торгів. З 2008 р. до 2018 р. фінансовий стан HNWI (High Net Worth Individuals, людей з чистим капіталом від 1 млн дол. США до 30 млн дол. США) збільшився на 108% – з 32,6 трлн дол. США до 68,1 трлн дол. США. Сукупно, за даними Deloitte Art & Finance Report 2019 р., предмети мистецтва і колекціонування у володінні HNWI оцінюються в 1,74 трлн дол. США, складаючи 2,5% їх активів. З огляду на динаміку ринку, передбачається, що до 2023 р. обсяг альтернативних інвестицій збільшиться до 2,13 трлн дол. США<sup>370</sup>.

Щоб розумітись на всіх цих питаннях, важливо знати, якими джерелами користуватися у своїй щоденній практиці<sup>371</sup>. Ось наприклад, найбільш відомі – (1) *Sotheby's* – у 2016 р. методику Mei Mosses (описану нами раніше) разом з індексом придбав один з лідерів аукціонного бізнесу – будинок *Sotheby's*. На цей момент моніторинг охоплює період повторних продажів з 1810 р. по теперішній час, що становить

<sup>370</sup> Альтернативные инвестиции как класс активов. Что это? *ARTInvestment*. RU. 28.01.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/law/20200128\\_alternative\\_investment.html](https://artinvestment.ru/invest/law/20200128_alternative_investment.html)

<sup>371</sup> Кто на первой базе. Инструменты аналитики арт-рынка. *Коммерсантъ*. 18.11.2019. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4154790>

приблизно 60 тис. творів мистецтва у восьми сегментах ринку; (2) *Artprice.com Market Reports* – одне з найстаріших рейтингових агентств, французький портал Artprice.com, публікує щорічні та піврічні звіти за двома сегментами: глобальний ринок і сучасне мистецтво; (3) *Art Basel & UBS Report* – звіт включає 400 сторінок аналітичної інформації щодо ринку мистецтва, який традиційно готує міжнародна виставка Art Basel спільно зі швейцарським фондом управління приватним капіталом UBS. Як впливає з вступного розділу, онлайн-аналітику для дослідження надає Artsy.tist Representation & Gender Issues; (4) *Hiscox Online Art Trade Report* – найдокладніший звіт з онлайн-аналітики, що відображає щорічні зведення продажів глобальних агрегаторів (наприклад, 1stdibs, thesaleroom.com, Heritage Auctions) та результати інтернет-продажів великих гравців, таких як Sotheby's, Christie's, Phillips; (5) *Deloitte Art & Finance Report 2019* р. – 250-сторінковий звіт Deloitte, створений спільно з Art Tactic та узагальнень на щорічній конференції в Швейцарії задля стимулювання артринку до більшої відкритості й прозорості.

Отже, аналітична база щодо характеристики міжнародного артринку досить широка й різноманітна за окремими його характеристиками. Тому експертам, консультантам і усім, хто цікавиться тенденціями розвитку ринку мистецтва з намірами здійснення альтернативних інвестицій, потрібно системно і постійно здійснювати відповідні оцінки для прийняття правильних рішень.



---

**Розділ 6.**  
**Глобальні тенденції розвитку ринку мистецтва**







## 6.1. Міжнародний ринок мистецтва

З огляду на те, що через надзвичайно високі трансакційні витрати, пов'язані з придбанням картини на аукціоні, виникає дискусійне питання: чи можливо взагалі говорити про єдиний міжнародний ринок витворів мистецтва? Відповідь, ймовірно, звучатиме як «швидше так, аніж ні». Ще в кінці ХХ ст. емпіричні дослідження підтверджували, що в довгостроковому періоді ціни твору мистецтва на міжнародних торгових майданчиках – у Лондоні, Нью-Йорку і Парижі – рухаються узгоджено. Ціна, яка одного разу встановилася під час першого продажу картини з аукціону, надалі дрейфує відповідно до загального ринкового тренду, і якщо в якийсь момент часу один з ринків відчуває зовнішній шок, цей шок поширюється на інші ринки<sup>372</sup>. З другого боку, існують стійкі відмінності в рівні цін на аналогічні роботи на різних аукціонах; зокрема, ціни на аукціоні Kornfeld в Швейцарії, про що добре відомо дилерам, стабільно перевищують середньоєвропейські і середньоамериканські і, що дивно, ціни на аналогічні роботи на аукціоні Sotheby's стабільно вищі, ніж на аукціоні Christie's, при тому, що вони проводяться в одному місті.

Ретроспектива показує, що ще станом на 2010 р. ситуацію на ринку мистецтва характеризували так: до чинників, що визначають зростання цін на сучасне мистецтво, належать такі: постійна потреба в нових роботах і нових авторах основних гравців світового артринку: колекціонерів з одного боку і артдилерів і власників галерей – з другого. Колекціонери сучасного мистецтва завжди перебувають у пошуку нових, цікавих, поки ще не відомих широкій публіці художників. Багато з них, щоб колекція була «живою» і актуальною, поступово починають продавати частину картин, щоб придбати щось інше, і вкрай зацікавлені раніше за інших знайти майбутніх зірок. У цьому є прямий фінансовий інтерес: прибуток може скласти сотні мільйонів. Відомі немало випадків, коли колекціонер упродовж кількох років купував роботи сучасних художників, а ціни на їх твори настільки зростали, що, продавши всього кілька картин, він повністю окупив усю вартість колекції. Наприклад, з 1980 р. по 1990 р. бурхливо зростали ціни на групу сучасних італійських художників, вартість їх творів виросла від кількох тисяч до 5 млн дол. США за картину. Приблизно з середини 90-х розпочався бум на сучасне китайське мистецтво, а з 2002 р. і по 2010 р. спостерігався фантастичний стрибок цін на сучасне індійське

<sup>372</sup> Ginsburgh V., Jeanfils P. Long-term comovements in international markets for paintings. *European Economic Review*. 1995. No. 41. Pp. 325-335.

мистецтво: там просто немає картин хороших художників за цінами нижче 100 тис. дол. США, а близько 10 майстрів регулярно продають роботи на найбільших світових аукціонах за цінами від 1 млн дол. США<sup>373</sup>.

Останнім часом, у зв'язку із загостренням відносин між Сходом і Заходом, обумовлених передусім посиленням російської агресивної політики, звучить критика з боку російських експертів: «Ринок «інтернаціонального» сучасного мистецтва, побудований за євроамериканською моделлю, поступово захоплює весь світ силами своїх транснаціональних агентів у галерейній системі, художньої преси та колекціонерів, а також все зростаючої спільноти емігрантів і кочових працівників цього ринку в середовищі художників, кураторів і критиків. Згідно з ідеологією мультикультуралізму, художники зобов'язані створювати художні образи, виходячи з власної відмінності (зокрема з історії своєї країни), але за можливості використовуючи стандарти і коди Заходу. Форумами міжнародного співробітництва та обміну є міжнародні бієнале, де діють політика, міністерства культури, національні і націоналістичні уявлення мистецтва, так само як і спроби всьому цьому протистояти. На сьогодні всі художні інститути мають транснаціональний характер. У всіх університетах світу обов'язково є курси історії західного (євроамериканського) мистецтва»<sup>374</sup>. Як бачимо, викривлена з політичних мотивів уява про глобальний світ торкається і ринку мистецтва.

З економічної точки зору, зростання ринку мистецтва відстає від глобального зростання добробуту. Тобто розмір і темпи зростання ринку творів мистецтва безпосередньо не корелюють з динамікою станів найбагатших людей планети. Так, за останні десять років зростання продажів на артринку склало всього 9%, тобто обсяг продажів творів мистецтва в реальному обчисленні знизився (ураховуючи інфляцію). Загалом світовий артринок стагнує, попри рекордну вартість окремих творів мистецтва останніми роками – 450 млн дол. США за картину Леонардо да Вінчі «Спаситель світу» у 2017 р. або 91 млн дол. США за «Кролика» Джеффа Кунса у травні 2019 р. Продажі в Лондоні впали на

<sup>373</sup> Щербаківа М., Клименко А. По миру разошлось уже в пять раз больше картин Айвазовского, чем он написал при жизни. *ЛБ*. 15.06.2010. URL: [https://lb.ua/culture/2010/06/15/49645\\_aleksandr\\_klimenko\\_po\\_miru\\_raz.html](https://lb.ua/culture/2010/06/15/49645_aleksandr_klimenko_po_miru_raz.html)

<sup>374</sup> Соколов К. Б. Глобализационные процессы в искусстве. *Ярославский педагогический вестник*. 2018. №6 (105). С. 303-308. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsionnye-protsessy-v-iskusstve>

24%, до 1,45 млрд дол. США, у Нью-Йорку – до 2,762 млрд дол. США (для порівняння: у 2018 р. – 3,54 млрд дол. США), що пов'язано з тим, що інвесторів непокоїть геополітична і економічна невизначеність, викликана Брексітом і торговими війнами між США і Китаєм. За цей же період добробут найбагатших людей планети (HNWI, high net worth individuals) подвоївся – з 32,8 трлн дол. США у 2008 р. до 68,1 трлн дол. США у 2018 р. За оцінками Deloitte, багатство, сконцентроване в творах мистецтва і колекційних предметах, що належать HNWI, оцінюється в 1,742 трлн дол. США<sup>375</sup>.

Зрозуміло, що на міжнародний художній ринок, окрім власної кон'юнктури, впливає також політична та економічна ситуація у світі. Так, політичний і економічний стан у першій половині 2019 р. був напруженим і для художнього ринку. Наприклад, торгівельна війна між адміністраціями Дональда Трампа та Сі Цзіньпіна призвела до того, що тепер будь-який китайський витвір мистецтва віком понад 100 років при в'їзді в Сполучені Штати обкладається податком у 15%. Дилери та фалеристи побоюються, що ця «додана вартість» завдасть шкоди ринку антикваріату не лише в США, а й по всьому світі. Великобританії, яка поки залишається другим за величиною артринком у світі після США, кидає виклик Франція: через політичну напруженість і насування логістичних труднощів у гонитві за званням лідера європейського ринку мистецтва вона має усі шанси поступитися Парижу. Попри всі негаразди, у першій половині 2019 р. на публічних торгах аукціоністам вдалось продати 262,3 тис. лотів, що на 0,1% більше, ніж в першому півріччі 2018 р. Згідно з дослідженнями Art Market Monitor of Artron, загалом угод було укладено на 6,98 млрд дол. США. Що характерно, майже половину покупців становлять люди у віці 22-37 років.

На відміну від багатьох інших держав, Катар серйозно підійшов до проблеми виснаження мінеральних ресурсів. Уряд країни усвідомив, що вкладання нафтових доларів потрібно зробити негайно. Влада запустила програму «Візія Катару - 2030», у межах якої здійснюються інвестиції в освіту і культурну сферу. У Катарі будують нові школи і університети, центри постпродакшену для міжнародних кінокомпаній і лікарні. А також музеї, для яких масово скуповують як арабське, так і західне мистецтво. Культура стає важливим фактором у міжнародних відносинах. Катар вступив у конкуренцію з іншими країнами Перської затоки, особливо з Об'єднаними Арабськими Еміратами, у прагненні стати

<sup>375</sup> Искусство и финансы: что происходит на мировом артрынке. *РБК Pro*. 2019. URL: <https://pro.rbc.ru/tags/?tag=Deloitte>

культурним центром арабського світу. Країна пішла своїм шляхом: якщо в ОАЕ тісно співпрацюють із західними центрами (там відкривають свої філії Лувр і фонд Гуггенхайма), то Катар створює власні організації та залучає західних фахівців. Шейх Хасан бін Мохаммед бін Алі аль-Тані був першим з родини еміра, хто звернув увагу на мистецтво. Ще в 1980-х рр. він закінчив місцевий університет за спеціальністю «Мистецтво ХХ століття» і став одним з найбільших колекціонерів сучасного арабського мистецтва. У його колекції міститься близько 6300 об'єктів сучасного мистецтва з країн Близького Сходу, які лягли в основу МАТХАФ - музею сучасного східного мистецтва в Катарі. Центральною фігурою в культурній революції Катару вважають доньку колишнього еміра, шейха Аль-Маясса бинт Хамад бін Халіфа аль-Тані. Попри те, що шейха майже ніколи не бачили в музеях і галереях, саме вона відповідальна за активне просування Катару на світовому ринку мистецтва. Зі словами про необхідність взаємоповаги культур вона наймає іноземних фахівців і відводить фонди на купівлю робіт західних художників. За деякими підрахунками, Катар витрачає на купівлю творів мистецтва близько 1 мільярда доларів США на рік. У 2013 р. Аль-Маясса бинт Хамад бін Халіфа аль-Тані назвали найвпливовішою людиною в сучасному мистецтві. Управління музеїв Катару вирішило проблему нестачі кадрів, активно залучаючи іноземних фахівців вищого класу... Існували різні припущення про принцип, за яким катарці та їх агенти вибирають твори мистецтва для купівлі. Деякі думали, що арабська держава захопилася сучасним мистецтвом, тому що воно часто відкидає мімезис, тобто наслідування «об'єктивного» світу. Подібні роботи не суперечили б і принципам ісламу, який забороняє зображення людини і живих істот. Так, у торгових центрах Катару часто можна побачити манекени без голови, які таким чином умовно втрачають людську подобу. Особливо популярною така думка була після купівлі Катаром кількох нефігуративних картин Ротко. Але більшість експертів сходяться на тому, що єдиний принцип, яким керується шейх Аль-Маясса, - купувати найвідоміших художників за будь-якою ціною, як тільки на ринку з'являється необхідна пропозиція. Зокрема, серед великих покупок Управління музеїв Катару: Марк Ротко — 11 картин з колекції Езрі Меркіна, 310 млн дол. США. Хоча в межах програми розвитку культури влада країни звертає увагу і на місцевих художників, не всі з них задоволені культурною політикою королівської сім'ї. Молоді арабські художники відзначають, що королівська сім'я потурає художникам з нейтральною політичною позицією і не дозволяє

мистецтву країни розвиватися природним чином. Катар критикують за придушення свободи слова, у тому числі щодо художників, і за надто велику увагу до зіркових імен.<sup>376</sup>



**Великі покупки Управління музеїв Катару: Марк Ротко - 11 картин з колекції Езрі Меркіна, 310 мільйонів доларів США**

Як ми вже зазначали, структуру артринку створюють насамперед професійні гравці: музеї, аукціонні будинки, галереї, приватні дилери. Водночас останні два-три десятиліття розстановка сил кардинально змінилася. До 1980-х рр. абсолютною домінантою індустрії були галереї і дилери, а аукціони кілька століть боролися за «місце під сонцем». З XVII ст. аукціонна торгівля довгий час вважалася заняттям, у якому толерантності було мало. Інакше справа йшла з галерейним бізнесом. Галереї походять від палацових «кабінетів», наповнених творами мистецтва, і успадкували їх благородний імідж. Аукціони отримали вагу спершу завдяки здешевленню друку (оголошення, а пізніше каталоги, про аукціон дізнається більше людей), потім – винаходу телефона (брати участь у торгах стало можливо конфіденційно і здалека). Серйозний прорив стався в 1970 рр.: аукціонний будинок Christie's (а пізніше і Sotheby's) відкрили публічний доступ до результатів торгів. Це

<sup>376</sup> Как маленькая арабская страна захватила арт-рынок. *Look At Me*. 08.10.2014. URL: <http://www.lookatme.ru/mag/live/industry-research/208175-qatar-loves-art>

змінило все: дані про продажі лягли в основу нової системи артринку. «Ціна молотка» («молоткаста» ціна) стала свого роду точкою відліку: хоч би якими впливовими не були дилер або галерея, результати торгів не підроблені, і саме вони тепер визначають ціноутворення. Артринк набув прозорості. І хоча статистика переконали, що обсяги продажів аукціонів і галерей на світовому артринку можна порівняти (у приватних продажах лише невелика перевага), але цифри не відповідають на питання про те, хто визначає правила гри. А тут головні аукціони; аукціонному сегменту допоміг технологічний прогрес: поява в 2000 рр. онлайн-трансляцій дозволила підключатися до торгів з будь-якої точки світу. Це вже інший масштаб і чергова революція: залишаючись консервативними за суттю, аукціонні будинки стали абсолютними авторитетами і лідерами ринку. Зараз вони визначають тренди, і між ними і рештою гравців складається досить цікава взаємодія.

Великі торги визначають життєвий ритм всієї спільноти: не тільки галереї, а й музеї до цього моменту готують виставки і проекти в розрахунок на приплив аудиторії за рахунок колекціонерів. У галерей, утім, є свій козир – артярмарки. Кожного року їх проходить близько 50 по всьому світу. У відповідь аукціони розширюють географію і під час ярмарків часто проводять тематичні торги в тому ж місті. За таких умов конкуренція галерей та аукціонів, колись дійсно дуже гостра, – на сьогодні неоднозначна. Галеристи і дилери уважно стежать за торгами і нерідко самі стають їх учасниками: на аукціонах, особливо невеликих, провінційних, часто виставляються унікальні предмети, які можна купити за дуже вигідною ціною і потім перепродати у себе в галереї. Таких прихованих процесів на ринку мистецтва і колекціонування досить багато.

Цікава тенденція останнього часу, яка спостерігається: галереї в бажанні зміцнити свої позиції починають проводити власні аукціони, чого раніше ніколи не було. Аукціонні будинки, своєю чергою, відкривають галерейні простори (наприклад, Sotheby's з його S2 або китайський Poly Auction і його Poly Gallery Hong Kong): так зручніше шукати нових сучасних художників і виводити їх на ринок. Формат приватних продажів, який спочатку вважався абсолютно галерейним, аукціонні будинки теж інтенсивно освоюють. Таким чином, як показують дослідження, в 1990-2000 рр. завдяки залученню технологій Інтернету аукціонні будинки мали змогу охопити максимум аудиторії і, звичайно, почали і конкурувати між собою, що загалом дало поштовх до стрімкого розвитку артринку. Водночас, плануючи ціноутворення,



галереї змушені були орієнтуватися на результати аукціонних торгів і, що цікаво, намагалися перешкоджати розвитку аукціонного сегмента, проте на практиці галеристи брали активну участь в аукціонах, купуючи або продаючи предмети мистецтва. І ось в 2010 рр. – відбувся синтез галерей і аукціонів: артбізнес усвідомив, що для виходу на нові ринки необхідно шукати нові організаційні форми.

2019 р. ознаменувався революційними змінами на ринку предметів мистецтва та колекціонування. Завдяки токенизації (технологія, що дозволяє забезпечити електронні платежі за допомогою системи шифрування даних) власником знаменитого твору мистецтва тепер може стати не тільки топ-колекціонер, але і представник середнього класу. Окрім того, 2019 р. на артринку експерти називають перехідним: він готував підґрунтя серйозним процесам у частині досягнення прозорості та зміни основних принципів, за якими його система довгий час існувала. У 2019 р. боротьба з відмиванням грошей на ринку мистецтва і предметів колекціонування стала глобальним трендом, а з початку 2020 р. вступили в силу зміни законодавства ЄС з боротьби з відмиванням грошей, які розповсюджують його вплив на торгівлю мистецтвом (мова про так звану п'яту антивідмивну директиву – *The Fifth Anti-Money*<sup>377</sup>).

Заслугує на увагу ситуація на ринку імпресіоністів. Вечірні торги листопадового тижня 2019 р. *Impressionist & Modern Art* у Нью-Йорку принесли сумарно всього 341,24 млн дол. США, що на 33,2% нижче за цифри 2018 р. Загальний результат весняних і осінніх тижнів імпресіоністів *Christie's* і *Sotheby's* у 2019 р. склав трохи більше 1,8 млрд дол. США, що майже на 20% нижче показників 2018 р. Проте, судячи з кількості продажів у верхньому сегменті ринку, можна говорити, що проблема не у відсутності інтересу з боку покупців, а скоріше в дефіциті пропозицій. Багато гравців явно вирішили перечекати геополітичну турбулентність і вийти на ринок з пропозиціями-блокбастерами, коли ситуація стабілізується<sup>378</sup>.

Ці та інші події підвищили рівень занепокоєння на артринку у другій половині 2019 р. У вересні індекс *ArtTactic Risk Barometer* аналітичного порталу *ArtTactic* зафіксував, що невпевненість колекціонерів і дилерів

<sup>377</sup> 5AMLD – 5th EU Anti-Money Laundering Directive. *Comply Advantage*. 2020. URL: <https://complyadvantage.com/blog/5mld-fifth-anti-money-laundering-directive/>

<sup>378</sup> Бальцер Г. Эволюция среднего класса: как поколение 30-летних меняет арт-рынок. *Forbes*. 13.01.2020. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/390509-revoluciya-srednego-klassa-kak-pokolenie-30-letnih-menyaet-art-rynok>



**Клод Моне, картина з серії «Копиці сіна»**

*Sotheby's, 14 травня 2019 р., Нью-Йорк, Impressionist and Modern Art Evening Sale (лот 8). Ціна продажу: 110,7 млн дол. США*

в основних показниках ринку зросла на 10% щодо вересня 2018 р. і зупинилася на позначці 7 балів, при тому, що за останні 10 років його середній рівень не перевищував 6,4 бали. На думку експертів, для цього існувала низка причин (про основні з них ми вже зазначали вище). Окрім того, накопичилися проблеми, пов'язані з логістикою, правом, податковим регулюванням. Більшість колекціонерів (54%, згідно з опитуваннями) вважає, що артринку має потребу в більшому державному регулюванні. Звіт Deloitte & Touche наводить іншу цифру: понад 75% опитаних колекціонерів заявили, що вважають відсутність прозорості головною загрозою репутації і зростанню артринку, що перешкоджає приходу на нього нових грошей і гравців. Аналогічної думки дотримуються і фінансисти, що закликають до того, щоб будь-яка угода була максимально чистою. Не сприяють зменшенню занепокоєності серед колекціонерів і розмови про введення тих чи інших форм податку на розкіш, що періодично звучать у низці країн, а також постійно мінливі правила оформлення володіння предметами мистецтва і колекціонування.

Звичайно, що в питаннях стандартизації організації художнього ринку можуть допомогти нові технології в частині забезпечення угод, токенизації та інших способах колективного володіння предметом, можливості створення цифрового паспорту предмета, що підтверджує його автентичність, та інших art-tech-проектах. Слід зазначити, що такі проекти в артсередовищі вже мають помітну підтримку. До кінця 2019 р. перше покоління art-tech-стартапів у всьому світі отримало вже близько 600 млн дол. США інвестицій, причому половина коштів пішла на розвиток бізнесу, пов'язаного з трансакціями, 25% – на дослідження і соціальні мережі, 15% – на логістику і управління колекціями, а 10% – на дослідження в галузі обробки даних. Прогнозують, що наступне покоління таких стартапів буде концентруватися на питаннях логістики, страхування і правового забезпечення угод, стандартизації процедур, пов'язаних з їх проведенням, а також зберіганні предметів, обробки даних і навіть пошуку нових художників. Така дифузія нових технологій в артринку, процеси і поява нових форм володіння мистецтвом, своєю чергою, залучає нових колекціонерів – це мілленіали, які не бажають обтяжувати себе власністю, володіння якої пов'язано з безліччю обмежень. Старому мистецтву потрібні стіни в прямому і переносному сенсі: простір, особливі умови зберігання, захист, страхування. А колективне володіння дозволяє долучитися до світу мистецтва, уникнувши складнощів. Такий підхід до того ж слугуватиме демократизації ринку мистецтва, зняття з нього ярлика елітарності.

Сьогодні осягнути і відчувати всі нюанси мистецтва, виявити його особливості й закономірності можливо тільки з позицій глобального розвитку, орієнтуючись на експертні думки представників різних середовищ, на наукові положення дослідників різних галузей знань, що активно залучаються до єдиної мистецької платформи й створюють таким чином, різноманітне дискурсне поле. Проте, якими б не були підходи та концептуальні засади, основним фактором має залишатися духовність, саме в тому контексті, як стверджує академік О. К. Федорук: «Духовність – передусім це людська сутність. Немає нічого вищого за неї... Духовність – це насамперед ставлення людини до самої себе: чи ти живеш за потрібними канонами, чи не живеш за ними. І духовність, звичайно, є компонентом усіх тих естетичних впливів, які допомагають нам досягнути належного рівня. Це і музика, і література, і театр, і кіно. Усе, що робить людину добршою та дає можливість сміливо дивитися

в очі іншим людям. Будь-які види мистецтва, в тому числі образотворче й декоративно-вжиткове, аматорське – це все елементи духовності»<sup>379</sup>.

Узагальнюючи результати досліджень як науковців різних галузей знань, так і експертні висновки провідних міжнародних аналітичних організацій стосовно сучасного артринку, виокремимо низку характерних тенденцій, що дозволить зробити системні уявлення про цей суб'єкт як повноправну екосистему й складову глобальної економічної системи, що стрімко формується й набуває нової якості.

1. *Глобалізація і глокалізація* (глокалізація – пошук конкретних відмінностей, якісно нового та відмінного від інших, наголос на власній ідентичності та виключності) – це основний тренд, що характеризується як поширенням мистецтва в усі верстви суспільства (простота і прозорість його розуміння, універсальність мови мистецтва – кожен може трактувати твір по-своєму і це норма; доступ до джерел інформації про мистецтво при мінімальних витратах, що обумовлює хвилю небувалого інтересу до творів художників); так і стандартизацією способів регулювання відносин продавців і покупців у всьому світі, проведенням художніх ярмарків, і не лише в центральних культурних центрах, а отже зростання мобільності усіх без виключення учасників артринку. Окрім того, суттєва роль у цих процесах належить політиці підтримки держави. Так, наприклад, у Китаї стрімкому розвитку артринку сприяла державна влада, в ОАЕ було виділено 1 млрд дол. США на створення світових музейних центрів сучасного мистецтва, в Марокко і Омані виділяють кошти на будівництво музеїв, Катар активно скуповує роботи визнаних майстрів. Та все ж вплив так званих країн-гравців (США, країн Західної Європи) на ринок залишається високим. Зокрема, згідно зі звітом *The Art Market 2020* від *Art Basel & UBS*<sup>380</sup>, загальні продажі предметів мистецтва і антикваріату досягли в 2019 р. обігу в 64,1 млрд дол. США, що на 5% нижче рівня 2018 р., але вище рівня 2017 р.; кількість угод з предметами мистецтва зросла на 2%, порівняно з 2018 р. і становила 40,5 млн проданих предметів мистецтва, що є найвищим показником за останнє десятиліття (табл. 6.1, рис.6.1).

<sup>379</sup> Федорук О. Духовність – це, насамперед, ставлення людини до самої себе. *Україна-Центр*. 15.08.2017. URL: <http://uc.kr.ua/2017/08/15/oleksandr-fedoruk-duhovnist-tse-nasampered-stavlennya-lyudyny-do-samoyi-sebe/>

<sup>380</sup> *The Art Market 2020. Art Basel & UBS*. 2020. URL: [https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The\\_Art\\_Market\\_2020-1.pdf](https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Market_2020-1.pdf)

Таблиця 6.1

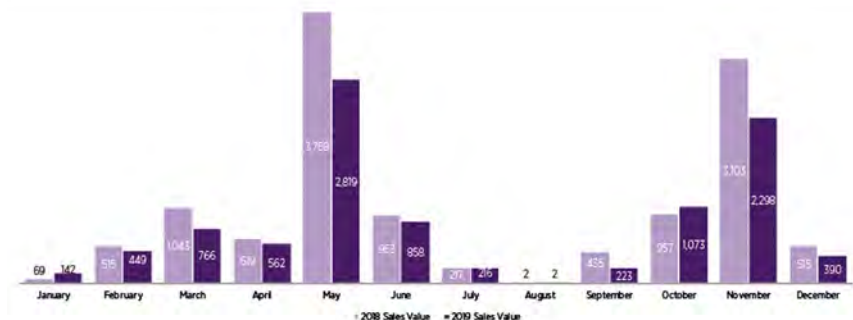
Сукупний обсяг продажів світового ринку мистецтва, 2009-2019 рр.

Показник	Обіг ринку, млрд дол. США	Число угод млн од.
Рік		
2009	39,511	31,0
2010	57,025	35,1
2011	64,550	36,8
2012	56,698	35,5
2013	63,287	36,5
2014	68,273	38,8
2015	63,751	38,1
2016	56,948	36,1
2017	63,683	39,0
2018	67,653	39,8
2019	64,123	40,5

Джерело: складено за<sup>381</sup>.

Зокрема, обіг публічного ринку (аукціонні торги і приватні продажі аукціонних будинків, зокрема онлайн) у ціновому вираженні склав 42% загального обігу ринку мистецтва, що на 4% нижче за аналогічний показник 2018 р. Обіг непублічного ринку (дилери, галереї і спеціалізовані онлайн-майданчики) склав 58% загального обігу ринку. Три основні регіональні ринки – США, Великобританія

<sup>381</sup> The Art Market 2020. *Art Basel & UBS*. 2020. URL: [https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The\\_Art\\_Market\\_2020-1.pdf](https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Market_2020-1.pdf)



**Рис. 6.1. Порівняння середніх значень обігу ринку в розрізі місяців 2018 і 2019 рр.**

Джерело: <https://arttactic.com/>

і Китай – у 2019 р. забезпечили більшу частину обсягу продажів у ціновому вираженні. Водночас їх частка знизилася на 2%, порівняно з 2018 р. (з 84% до 82%). Водночас ринок мистецтва США залишається найбільшим у світі: на його частку припадає 44% обігу світового артринку і зберігає позицію лідера останні 50 років. Після двох років зростання ринок Великобританії скоротився на 9% до 12,7 млрд дол. США (20% обігу світового ринку мистецтва). У Китаї третій рік підряд обсяги продажів у ціновому вираженні продовжили зменшуватися, так у 2019 р. падіння склало 10%, порівняно з 2018 р. (11,7 млрд дол. США). Проте Китай забезпечив 18% обігу світового артринку і зберіг третю позицію в складі основних гравців. Єдиним внутрішнім ринком, який поліпшив показники в 2019 р., стала Франція, яка збільшила свою частку світових продажів з 6% до 7% (до 4, 2 млрд дол. США).

Щодо аналізу сегментів світового аукціонного ринку, то в 2019 р. найслабші результати показали твори від 10 млн дол. США і вище (сумарна вартість цієї категорії знизилася на 39%, а кількість проданих лотів – на 35%). Загалом частка приватних продажів аукціонних будинків здебільшого зросла, тоді як частка світових аукціонних продажів скоротилася на 17% до 24,2 млрд дол. США. Christie's повідомив про зростання приватних продажів на 24% до 811 млн дол. США (15% від загального обсягу продажів аукціонного будинку), а приватні продажі Phillips зросли на 34% і склали 172 млн дол. США, тобто 19% усіх продажів. Водночас у Sotheby's відбулося деяке зниження з 1 млрд дол. США до 990 млн дол. США (17% сумарної виручки за 2019 р.), але

водночас з 2016 р. його приватні продажі зросли аж на 70%. Порівняно з аукціонними будинками, частка дилерів на ринку зросла на 4% – до 58%, а важливим джерелом доходу галеристів залишаються художні ярмарки: у 2019 р. їх частка склала 49%, або 16,6 млрд дол. США<sup>382</sup>.

*Непублічний ринок (галереї і артдилери)* – об'єм сектору галереї і приватних дилерів у ціновому вираженні, згідно з методологією підрахунку показників Art Basel & UBS, у 2019 р. досяг 36,8 млрд дол. США і зріс на 2%, порівняно з 2018 р.; представлення жінок-художників галереями на первинному ринку зросло на 8% (з 36% до 44%). Частка продажів так званого «жіночого мистецтва» також збільшилася: з 32% у 2018 р. до 40% у 2019 р. Це важливий факт, оскільки підтверджує посилену увагу до творчості та визнання художниць. На думку експертів, індустрія мистецтва усвідомила, що художниці значно недооцінені, порівняно з їх колегами чоловічої статі як з історичної, так і ринкової точки зору. Більшості так і не вдалось досягти значного успіху за життя. Наприклад, картини Джексона Поллока мають всесвітню популярність, а роботи його дружини, не менше талановитої художниці Лі Краснер, знайомі не всім. Таких прикладів багато, і тому останнім часом світ мистецтва присвячував велику увагу цьому питанню. Міжнародні фонди активно залучають роботи художниць у свої колекції, присвячують їм виставки і підкреслюють їх історичну значимість. Музеї та галереї також заповнюють прогаліни і все частіше організують виставки для художниць, комерційні галереї вважають своїм обов'язком підтримувати їхню кар'єру і мати не менше половини жіночих імен від загального числа художників у представництві. Можна побачити все розмаїття тематик, ідей і напрямів творчості художниць і ринок, звичайно, реагує на зміни: практично в кожному великому продажі є цінові рекорди художниць. З останніх значущих продажів особливо виділяються угоди з роботами Рут АсАвіа, Луїз Буржуа і Пет Стейра.

*Публічний ринок (аукціонні будинки)* – сукупні продажі на публічних торгах предметів образотворчого, декоративного мистецтва і антикваріату (за виключенням приватних продажів аукціонних будинків) досягли в 2019 р. 24,2 млрд дол. США, що на 17% нижче, порівняно з показниками 2018 р. Відзначимо, що найбільше обіг впав у трьох світових аукціонних центрах: Нью-Йорку, Лондоні і Гонконзі, тоді як падіння обігу регіональних продажів було меншим; попри

<sup>382</sup> Отчет Art Basel и UBS: мировой рынок сократился, сфера частных сделок выросла. *The art newspaper*. 06.03.2020. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/7893/>



зниження продажів на публічних торгах, приватні продажі аукціонних будинків виросли (включаючи такі у Christie's і Sotheby's) до 1,8 млрд дол. США. *Артемарки* – об'єм продажів на ярмарках у 2019 р. досяг 16,6 млрд дол. США (у 2018 р. – 16,5 млрд дол. США); 15% продажів були зроблені до відкриття ярмарків (2,5 млрд дол. США), 64% – під час ярмарків (10,6 млрд дол. США) і 21% після ярмарків, у ролі прямого результату експонування на ярмарках (3,5 млрд дол. США); частка продажів на ярмарках у річному загальному об'ємі галерей і дилерів виросла в грошовому вираженні менш ніж з 30% у 2010 р. до 45% у 2019 р., проте щодо 2018 р. вона скоротилась на 1%.

Стосовно покупців: згідно з опитуванням Art Economics, у 2019 р. ринку приватних продажів мистецтва найскладніше було знайти нових покупців. Водночас частка продажів новим клієнтам з 2018 р. збільшилась на 5% (до 34%). Нові покупці стали важливим каналом продажів для галерей і артдилерів з нижчим обігом: вони забезпечили 40% продажів галерей з обігом менше 500 тис. дол. США і 26% продажів галерей з обігом понад 10 млн дол. США. Середня частка покупців-жінок склала 36%, що на 9% вище за аналогічний показник 2018 р. Місцеві покупці (що здійснили операцію в межах своєї країни) є найвагомим сегментом: вони склали 61% від числа усіх покупців і забезпечили 58% продажів у грошовому вираженні. Залежно від суми угоди, чисельність місцевих покупців розподілилась так: менше 500 тис. дол. США – 67%; 500 тис. дол. США – 1 млн дол. США – 65%; 1 – 10 млн дол. США – 53%; понад 10 млн дол. США – 48%. Віковий склад покупців різних напрямів мистецтва (табл. 6.2), свідчить про переважання вікової групи 40-65 років в усіх напрямках мистецтва.

На думку експерта, молоді колекціонери заходять на ринок через сучасне мистецтво та інтер'єрний дизайн, представлений невеликими галереями. Поки вони не відточать власний смак і не внесуть придбання мистецтва до регулярного річного бюджету, великі галереї за них боротися не будуть. А після – заберуть колекціонерів собі, запропонувавши значні соціальні бонуси. І нерідко – заберуть разом з художниками, яких вони стали активно збирати<sup>383</sup>.

57% об'єму продажів галерей, що працюють на первинному ринку, припадало на трьох провідних художників галереї, водночас 43% у грошовому вираженні складала продажі найдорожчого художника з трьох. Частка продажів трьох провідних художників у галерей з

---

<sup>383</sup> Там само.

Таблиця 6.2

## Віковий склад покупців різних напрямів мистецтва

Напрями   Вікові групи	До 40 років %	40-65 років %	65+, %
Сучасне мистецтво	21	64	14
Сучасне змішане	16	61	23
Модернізм	7	46	47
Інше образотворче мистецтво	5	64	31
Декоративно-прикладне мистецтво і антикваріат	19	62	20

Джерело: <sup>384</sup>.

обігом продажів до 1 млн дол. США виявилась вищою, ніж у тих продавців, чий обіг перевищує 1 млн дол. США: 63% проти 56%, що практично відповідає аналогічним даним 2018 р. Склад експонованих художників у галерей, які працюють на первинному ринку: 31% – художники-початківці; 44% – художники в процесі розвитку кар’єри; 25% – визнані художники. Склад експонованих художників у галерей, які працюють на первинному і вторинному ринках: 25% – художники-початківці; 44% – художники в процесі розвитку кар’єри; 31% – визнані художники. Слід зазначити, що галереї і артдилери первинного ринку, як правило, фокусуються на обмеженій кількості художників: у 2019 р. у середньому вони представляли 18 авторів (у 2018 р. – 22). Отже, порівняно з 2018 р., суттєво збільшилась частка молодих художників з числа запропонованих галереєю для продажу – з 19% до 28%. Водночас загальне число авторів, що представляються галереєю, знизилось майже на 20%.

Заслужують на увагу інформаційні матеріали про сегмент Contemporary Art французької аналітичної компанії Artprice під назвою: «Сучасне мистецтво 2000–2020 рр.» (слід зазначити, що компанія не бере до уваги 2020 р., а обмежує аналітику двадцятиріччя 2019 р.). «Зараз ідеальний час для паузи і серйозного аналізу метаморфоз ринку

<sup>384</sup> Там само.

сучасного мистецтва – сегмента ринку, який приховує в собі найбільші ризики і одночасно великі можливості, – зазначає у вступній статті головний редактор Artprice Террі Ерманн. – І перш ніж ринок повністю відновить свою активність, цей досвід вкрай важко переїняти»<sup>385</sup>. Ось деякі цифри: (1) за 20 років обсяг продажів сучасного мистецтва збільшився на 2100% (з 92 млн дол. США в 2000 р. до 2 млрд дол. США в 2019 р.); (2) у 2019 р. на публічних торгах було продано 550 тис. лотів (13,3 млрд дол. США), що представляли усі творчі та історичні періоди разом узяті. Обсяг продажів сучасного мистецтва склав 15% обігу аукціонних будинків, у 2000 р. – усього 3%; (3) у вартісному вираженні твори сучасного мистецтва з 2000 по 2020 рр. принесли 22,7 млрд дол. США – 68% від цієї цифри забезпечили продажі художників з Китаю і США; (4) у сегменті сучасного мистецтва за останні 20 років на аукціонах продавалося в середньому трохи більше 200 робіт на день; (5) у секторі сучасного мистецтва на аукціонних торгах спостерігалось зростання: чисельності художників – з 5,4 тис. до 32 тис., кількості предметів мистецтва – з 19 тис. до 123 тис., кількості країн проведення аукціонів – з 39 до 64; (6) кількість аукціонних будинків, що займаються сучасним мистецтвом, збільшилася майже вдвічі, спеціалізованих торгів – втричі; (7) за 20 років Жан-Мішель Баскія, Джефф Кунс, Д. Герст і Крістофер Вул у сумі принесли 4,4 млрд дол. США, або майже 20% від загального обсягу ринку сучасного мистецтва (Баскія є володарем першого і останнього аукціонних рекордів у сегменті сучасного мистецтва за останні 20 років: станом на 2000 р. його робота, єдина з творів сучасних художників пододала бар'єр в 1 млн дол. США (1,7 млн дол. США в 1998 р.), також Баскії належить найбільш дорога (на поточний момент) з коли-небудь проданих сучасних робіт (110 млн дол. США в 2017 р.); (8) середня вартість робіт сучасного мистецтва, проданого через аукціони, зросла з 7,43 тис. дол. США до 25,04 тис. дол. США, (9) найкращі сумарні аукціонні результати серед всього сучасного мистецтва за останні 20 років показали роботи, створені в 1981-1984 рр., 2005-2008 рр. і 2010-2013 рр.; (10) продажі живопису в 2019 р. склали 65% обігу ринку сучасного мистецтва (проти 52% у 2000 р.). Водночас роботи вартістю понад 1 млн дол. США склали менше 1% всіх проданих лотів, а  $\frac{3}{4}$  всіх аукціонних продажів живопису на полотні припали на цінний сегмент менш 5 тис.; (11) продажі скульптури в 2019 р. зайняли

<sup>385</sup> 20 years of Contemporary Art auction history. *Artprice.com*. 2020. URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2020/the-contemporary-art-rush>

16% обсягу публічного ринку сучасного мистецтва, проте склали всього 10% від загальної кількості угод. За 20 років обсяг продажів скульптури зріс на 1485%, передусім завдяки ціновій динаміці робіт Джеффа Кунса, Ентоні Гормлі, Мартіна Кіппенбергера, Такаші Мураками, Мауріціо Каттелана і KAWS.

2. *Формування новітньої моделі інфраструктури артринку та зміна традиційних функцій художніх інституцій.* Характерною особливістю артринку сьогодні є наявність його численних учасників, великої кількості угод, а також застосування різноманітних інструментів артмаркетингу для комерційного просування артпродуктів. У зв'язку з цим помітними є формування адекватного правового, економічного, організаційного механізму регулювання, а також розроблення *ефективної маркетингової політики у сфері артринку*, що сприяє утворенню інформаційно-комунікаційних зв'язків і організації обміну між виробником (художником) та споживачем і в підсумку посилює процес формування попиту і пропозиції на предмети мистецтва (працює ВТЛ, що дозволяє контактувати з учасниками промоакцій особисто й безпосередньо в точках продажу (здебільшого івенти і презентації), PR, а також стандартний рекламний інструментарій: принти, мобільні експозиційні системи, каталоги, плакати, відеоролики і т.ін., ЗМІ, Інтернет.

Стосовно інфраструктури артринку, то у 2019 р. на світовому ринку предметів мистецтва і антикваріату функціонували близько 311 тис. компаній, на яких працювали 3 млн ос. (на 1 тис. більше, ніж в 2018 р.), з них в секторі непублічного ринку – 297 тис. компаній і понад 2,7 млн ос., 62% працевлаштованих у цьому секторі склали жінки, а 56% співробітників обох статей були молодші 40 років. У секторі публічного ринку в 14 тис. компаній працювали 285 тис. осіб, на 1% більше, ніж в 2018 р.; у 2019 р. компаніями на ринку мистецтва було витрачено 19,9 млрд дол. США на допоміжні послуги, безпосередньо пов'язані з їхнім бізнесом (менеджмент колекцій, транспортування, страхування, зберігання, онлайн-додатки і т.ін.). Своєю чергою, компанії, що здійснювали ці послуги, забезпечували 369 тис. робочих місць. Найбільша частка цих витрат (23%, або 4,6 млрд дол. США) була пов'язана з оплатою присутності на артярмарках (причому торкалось це тільки гравців непублічного ринку – дилерів і галерей), до того ж ця витратна стаття скоротилась, порівняно з 2018 р., на 4%<sup>386</sup>.

<sup>386</sup> The Art Market 2020. *Art Basel & UBS*. 2020. URL: [https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The\\_Art\\_Market\\_2020-1.pdf](https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Market_2020-1.pdf)

Створюються нові бізнес-моделі, зокрема, як і в інших секторах, учасники артринку, враховуючи свою специфічність, націлені на кастомізацію послуг (процес адаптації та налаштування послуги під окрему аудиторію, об'єднану певними особливостями), що надаються. Так, наприклад, Sotheby's у 2016-2017 рр. здійснив масові придбання інформаційних і технологічних активів, зокрема: консалтингову компанію Art Agency Partners, щоб мати широку адресну базу потенційних клієнтів; сімейство індексів Mei Moses для розрахунку інвестиційної привабливості окремих витворів мистецтва та майстрів (тепер ці індекси називаються Sotheby's Mei Moses; американський стартап Thread Genius, який ідентифікує потік зображень витворів мистецтва, можна вибрати з нього те, що може підійти смаку та бюджету конкретного покупця.

---

У 2019 р. обіг Sotheby's склав 4,8 млрд дол. США – це при світовому обігу ринку мистецтва в попередньому році 67 млрд дол. США (згідно з Art Basel & UBS Report, 2019 р.). На його аукціонах було продано понад 50 тис. лотів. Компанія налічує 80 офісів по всьому світу. Звичайно, індустрія артринку прагне залучитися в арт-хаби і світові центри з розвинуеною інфраструктурою і зручним законодавством – Нью-Йорк, Лондон, Гонконг і Женева, якщо говорити про ювелірне мистецтво. Левова частка всіх торгів і трансакцій проходить саме там. Взагалі Sotheby's відчуває себе як стартап, якому 275 років. За останні роки проведена величезна робота у напрямі розвитку онлайн-платформи, зокрема були придбані нові технології, які відкривають нові можливості. Одна з них називається *Thread Genius* – це алгоритм, який аналізує, що ви дивитесь на сайті, вибудовує ланцюжок з обраних вами інтересів і продовжує його далі, пропонуючи доповнення у вашу віртуальну колекцію. Також придбали індекси Мея-Мозеса, які дозволяють розраховувати тренд зростання конкретного художника чи художників певного періоду. Заслуговує на увагу платформа – Museum Network, яка дозволяє будь-якому учаснику ринку отримати інформацію про виставки, особливо в приватних музеях. Постійно створюються нові комунікаційні зв'язки між аукціоном і покупцями. Змінюються їхні потреби, смаки, форми участі. Sotheby's пробував почати розвивати інтернет-бізнес ще в 2000 р. Але вже в 2003 р. цей відділ був закритий. На той момент його визнали неперспективним. А зараз це життєво необхідно. У 2019 р. було продано близько 60% лотів за ціною нижче 10 тис. дол. США. Практично всі такі роботи продаються онлайн. І за останні 3 роки обсяг торгів онлайн збільшився майже в 3 рази.

Аукціонний світ переживає стрімку технологічну еволюцію. Раніше торги імпресіоністів або старих майстрів вважалися елітними і призначеними для вузького кола професіоналів. Важко було собі уявити присутність масових технологій. Тепер через онлайн продається все. Тільки слід розрізняти онлайн-торги, де продаються доступні за ціною речі, і онлайн-участь у звичайних живих аукціонах. У 2019 р. завдяки новим технологіям у Sotheby's з'явилося близько 10 тисяч нових клієнтів, що приблизно на 30% більше, ніж зазвичай. Гігантські суми, що б'ють рекорди, про які ми чуємо в ЗМІ, – лише вершина айсберга. Левову частку всіх продажів роблять лоти середнього цінового сегмента. Зараз весь світ йде до зниження ексклюзивності. Це позитивний фактор, тому що він веде до розвитку культури. Подивіться на те, скільки з'являється нових приватних музеїв! І всі музеї прагнуть залучити якомога більше молоді. Головні проблеми колекціонерів – брак знань і страх через цей недолік. У нового покоління з'явилися свої стандарти якості життя. Вони включають у себе цікаве соціальне спілкування, новий досвід, отримання знань і обмін цими знаннями. Люди з незалежним підприємницьким мисленням не можуть не бачити потенціалу ринку мистецтва і додаткові можливості, які він відкриває. *Артуруїзм* – чудовий приклад нового підходу. Водночас важливим є не просте споживання вражень, а включеність у артсвіт. І цей запит існує. Нові колекції досить еклектичні, у них поєднуються різні періоди. Колекціонери нової хвилі не обмежуються одним напрямом, вони будують власну філософію.

Проте зараз перебудовуються всі артінституції. Сучасний музей – це видавничі та освітні програми (зокрема і дистанційні), виставки, віртуальні тури, активна присутність у соціальних мережах, магазини. Щодо категорій колекціонування – Sotheby's пропонує 50 категорій. Найбільш затребувана – це, звичайно, живопис. Але переваги змінюються. У 2004 р. аукціони імпресіоністів були найбільшими за обігом. Але за останні 15 років перші місця зайняло сучасне мистецтво. Тепер ці аукціони приваблюють учасників з 160 країн. Після 2014 р. розпочався економічний спад і зниження цін російського ринку. Це торкнулося всіх категорій і періодів. Виняток, мабуть, склав російський авангард – «блакитні фішки» ринку. Авангардних робіт завжди в зверненні мало, знаходити їх складно, але нам вдасться отримувати на торги справжні шедеври. Наприклад, робота Івана Ключона «Сферичний супрематизм» на листопадових торгах в Лондоні при оцінці 2,5-3,5 млн фунтів продася за 4,8 млн. Зараз ми спостерігаємо сплеск інтересу до полотен ХІХ ст.

Третій рік поспіль блок XIX ст. продається дуже добре. Причому це не обов'язково улюблені всіма Айвазовський, Шишкін або Поленов, а художники камерні і рідкісні, такі як Пімен Орлов. Також останнім часом зростає попит на твори мистецтва з історичним провенансом і з імператорських зібрань. Окрім того, роботи радянських академіків дуже популярні серед російських і китайських колекціонерів<sup>387</sup>.



Іван Айвазовський. «Неаполітанський залив».  
1878 р. Фото: Sotheby's

3. *Інвестування та нові моделі ціноутворення.* Мистецтво сьогодні вважається однією з привабливих форм інвестування, а ринок образотворчого мистецтва вважається досить капіталомістким. Щорічне зростання і розвиток ринку мистецтва і його інфраструктури стимулює залучення на нього нових учасників і зростання інтересу до предметів мистецтва як інвестиційних активів. На цей процес також впливає збільшення чисельності заможних людей (зокрема, мільярдерів у всьому світі збільшилося у понад 4 рази з 2000 р., при цьому більшість з них витрачають частину своїх коштів на купівлю

<sup>387</sup> Sotheby's start-up. Старший директорка Sotheby's Алина Дейви и Ирина Степанова о рынке искусства. *Деловой Петербург*. 23.12.2019. URL: <https://www.dp.ru/a/2019/12/22/Sothebystartup>



предметів мистецтва<sup>388</sup>. З 2008 по 2018 рр. фінансовий стан HNWI (High Net Worth Individuals, людей з чистим капіталом від 1 млн дол. США до 30 млн дол. США) збільшився на 108% – з 32,6 трлн дол. США до 68,1 трлн дол. США. Загалом предмети мистецтва та колекціонування, якими володіють HNWI, оцінюються в 1,74 трлн дол., тобто 2,5% їхніх активів<sup>389</sup>. Використання предметів мистецтва як альтернативних джерел інвестицій знаходить поширення не лише серед приватних інвесторів, але і серед корпорацій, а також серед деяких держав. Прогнозується, що до 2023 р. обсяг альтернативних інвестицій (так ще називають інвестиції у твори мистецтва) збільшиться до 2,13 трлн дол. США<sup>390</sup>.

Сьогодні ринок витворів мистецтва характеризується наявністю різноманітних способів інвестування, до яких належать, зокрема, *інвестиційні фонди*, що займаються капіталізацією артринку і вважаються порівняно новим видом колективних інвестицій. Принцип роботи цих фондів подібний до роботи традиційних хедж-фондів. Так, мінімальний розмір інвестицій до фонду The Fine Art Group складає від 500 до 1 млн дол. США<sup>391</sup>. На цю суму експертами фонду формується портфель активів, який передбачає приватне або ж пайове володіння (у випадку приватного володіння портфель зазвичай складається з кількох артоб'єктів, що належать, на думку експертів фонду, до найбільш прибуткових; другий варіант передбачає можливість володіння кількома інвесторами одним активом).

Водночас, попри зростання чисельності заможних громадян і підвищення інтересу до предметів мистецтва як до інвестиційних активів, на тлі збільшення об'ємів світового багатства позитивні тенденції на артринку були дуже слабкими. Зокрема, результати дослідження показують, що відсутність прозорості є постійною проблемою для

<sup>388</sup> The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2019: 5 Key Insights. *Union Bank of Switzerland*. 2020. <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/2019/art-basel.html>

<sup>389</sup> Альтернативные инвестиции как класс активов. Что это? *ARTInvestment.RU*. 28.01.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/law/20200128\\_alternative\\_investment.html](https://artinvestment.ru/invest/law/20200128_alternative_investment.html)

<sup>390</sup> Альтернативные инвестиции как класс активов. Что это? *ARTInvestment.RU*. 28.01.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/law/20200128\\_alternative\\_investment.html](https://artinvestment.ru/invest/law/20200128_alternative_investment.html)

<sup>391</sup> Schwartz Sh. Wealthy investors dabble in art investment funds. *CNBC.com*. 29.05.2015. URL: <https://www.cnbc.com/2015/05/29/wealthy-investors-dabble-in-art-investment-funds.html>

колекціонерів і викликає у них стійку недовіру до ринку. Нові складнощі виникають також через інвесторів наступного покоління, які зацікавлені не лише в прибутку, але і у вигодах для суспільства загалом. У Звіті вказується на три тенденції, які прямо або побічно сприяють вирішенню вказаних проблем, – це (1) розвиток технологій, (2) зміни в регулюванні та (3) інвестування в соціальні ініціативи<sup>392</sup>.

Загалом світовий ринок творів мистецтва є динамічно зростаючим ринком, який повною мірою схильний до циклічних коливань. Слід зазначити, що зростання цього ринку забезпечується стійким зростанням попиту з боку інвесторів. На сьогодні склалось кілька стратегій інвестування в предмети мистецтва. 1. Інвестування в артакції. Проте сегмент компаній, що випускають акції на ринку творів мистецтва, досить малий: його ринкова капіталізація становить 3,5-4 млрд дол. США. Серед найбільш великих компаній можна виділити Sotheby's, яка займає провідне становище на ринку, ArtNet і Artprice. 2. Артінвестування як колекціонування. Особливість цієї стратегії полягає в тому, що твори мистецтва купуються не з метою збільшення інвестованого капіталу, а заради отримання естетичного задоволення. 3. Купівля портфельних інвестицій, що випускаються пайовими інвестиційними фондами, які спеціалізуються на придбанні предметів мистецтва (артфондами). У цьому випадку інвестори створюють портфелі творів мистецтва або компаній, що функціонують на ринку. Для аналізу ринку використовуються спеціалізовані артіндекси, аналогічні індексам на фондових біржах. 4. Інвестування в твори мистецтва, їхніх творців або арткомпаній для їх подальшого комерційного використання. Цей напрям виник не так давно, проте сьогодні дуже швидко розвивається. Визначальна риса такого інвестування полягає в тому, що твори мистецтва розглядаються як бренд, у ролі якого може виступати новий товар, проект або сама компанія. З цього випливає, що інвестори отримують прибуток за рахунок комерційного успіху бренду. Виробники та будинки моди вкладають свій капітал у творців мистецтва, розробляючи спільні проекти. На окупність таких інвестицій насамперед впливає рівень обсягу продажу споживчих товарів<sup>393</sup>.

<sup>392</sup> Art & Finance Report 2019. 6th edition. *Deloitte*. 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-finance-report.html>

<sup>393</sup> Миролюбова А. В. Рынок произведений искусства как объект международного инвестирования в условиях цикличности экономики. *Цикличность в развитии социальных систем разного уровня*: сб. науч. ст. по материалам XXII регион. науч.-практ. конф. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2018. С. 316-326.

4. Відбувається *прискорений процес синтезу сфери мистецтва і сфери бізнесу, особливо на регіональному рівні* через практичну реалізацію концепції «творчі індустрії», які є різновидами соціально-культурних артпрактик з такою важливою складовою як творчість/креатив у частині реалізації актуальних художніх ідей. Сьогодні у світі (і в українській дійсності також) творчі індустрії все більше сприймаються як галузь економіки, продукція якої сприяє появі робочих місць, отриманню доданої вартості за допомогою генерації і реалізації результатів інтелектуальної діяльності. Цікавий момент, що, окрім «роботи на себе», відомі діячі в галузі мистецтва також створюють робочі місця, організовуючи власні бізнес-проекти. Наприклад, відомий американський художник Джефф Кунс (про його здобутки ми не раз згадували в попередніх розділах), створив власну студію-завод Jeff Koons LLC у Нью-Йорку – креативну фабрику, що займається виробництвом предметів сучасного мистецтва за цифровими ескізами художника (на сьогодні штат складає 150 працівників). Відбувається також злиття мистецтва з іншими креативними напрямками (дизайном, модою, комп'ютерними іграми і т.ін.), наприклад, сьогодні провідні будинки моди та дизайнери активно співпрацюють з сучасними художниками, залучаючи їх для створення колекцій і артоб'єктів, організації артзаходів.

5. У процесі інтеграції мистецтва в різноманітні сфери громадського життя з'являється *необхідність у фахівцях*, які уміють кваліфіковано оперувати знаннями в науках, суміжних з мистецтвознавством та економікою мистецтва. Так, у сфері продажів мистецтва новими акторами стали *менеджери мистецтва*, які чудово орієнтуються в основних тенденціях своєї сфери і уміють аналізувати як ринкові процеси економіки світу загалом, так і артринку зокрема. Водночас відмінності між арткритиком і мистецтвознавцем, навпаки, практично стираються, нерідко критики-мистецтвознавці своєю авторитетною думкою можуть впливати на діяльність колекціонерів і меценатів, представляючи до їх уваги найбільш, із їхньої точки зору, перспективних художників і творців, і у багатьох випадках можуть істотно змінити потоки капіталів на просторі аукціонів і торгів роботами художників.

У зв'язку з поширенням нових технологій відбувається переміщення ролей у традиційній схемі *художник-дилер-колекціонер* (наприклад, функцію дилера сьогодні може виконувати інтерфейс), водночас подібні зміни торкаються робіт з відносно невисокою вартістю (до 100 тис.

дол. США), для дорожчих творів традиційні взаємодії між гравцями артринку наразі залишаються стабільними. За даними дослідницької компанії Arts Economics, у світі працюють близько 70000 артдилерів (зокрема в онлайн-просторі), водночас половина угод у грошовому вимірі досягається за участю усього лише 1000 посередників, перевірених часом і тими, що мають справу з ексклюзивними витворами мистецтва.

6. Найбільш впливовий і визначальний тренд – цифровізація економіки та суспільства, що стосується і живопису, і артринку загалом. *Цифрові технології* і пов'язані з ними інновації в галузі мистецтва посилюють культурологічний зміст художніх витворів, сприяючи відкриттю і усвідомленню внутрішніх загальних закономірностей як зв'язків між різними видами мистецтв і технологічних можливостей симбіозу видів мистецтв, що сприяє появі нових інтегральних форм мистецтва, зокрема відбувається симбіоз художніх і технологічних контекстів нового медіа-мистецтва.

Що стосується образотворчого мистецтва, то цифрові технології вивели його на якісно новий рівень, що дозволяє відмовитися від розуміння твору як матеріального об'єкта, тобто цифрові технології докорінно трансформували структуру образотворчого мистецтва, визначили необхідність переосмислення його місця в системі мистецтва. У цьому контексті, пропонується розрізняти основні типи творів, залежно від середовища їх існування і оригіналу: цифрові копії творів, оригінали яких створені на фізичному носіїві й призначені для експонування творів традиційного образотворчого мистецтва в мережі Інтернет, для створення електронних баз даних, під час підготовки до друку художніх каталогів, альбомів; автор, створюючи роботи на фізичному носіїві, передбачає їх подальший переклад у цифровий формат переважно для експонування у віртуальному середовищі Інтернет; цифрові витвори образотворчого мистецтва, що створюються за допомогою спеціальних цифрових пристроїв і відповідного програмного забезпечення. Такі твори художник може створювати з використанням переведених у цифровий формат нецифрових зображень з їх подальшою цифровою обробкою, а може створювати безпосередньо в цифровому форматі (безпосередньо цифрові). Сьогодні навіть існує об'єднання цифрових художників-вебістів – (представників нового художнього напрямку – вебїзм (від англ. webism)), яке ставить своїми завданнями досягти визнання того, що «зображення на моніторі є оригіналом витвору цифрового мистецтва», а також визнання «цифрового твору як оригіналу, коли воно

відображується в кіберпросторі Інтернету». Інколи під час створення традиційних творів художник вдається до цифрових технологій як до допоміжних (наприклад, у цифровому форматі створюється зображення (ескіз) з подальшим друком (на папері, полотні і т.ін.) і подальшим доопрацюванням (колірне опрацювання, колажування і т.ін.)<sup>394</sup>.

З-поміж іншого, завдяки технології блокчейн (на практиці це методологія побудови розподільчих баз даних без єдиного центру, у якій важливий запис вміщує інформацію про історію володіння, що ускладнює можливість фальсифікації інформації), що дозволить вирішити основну проблему артринку в частині організації прозорості угод і автентичності робіт. Заслугує на увагу той момент, що в напрямі цифрового образотворчого мистецтва задля монетизації артробіт можуть застосовуватися нетрадиційні для артринку підходи (наприклад, реклама в акаунті в соцмережі цифрового художника і т.ін.). Ще одним напрямом є *мистецтво, створене штучним інтелектом* (AI-живопис, Artificial Intelligence) – питання про те, що становить собою створене

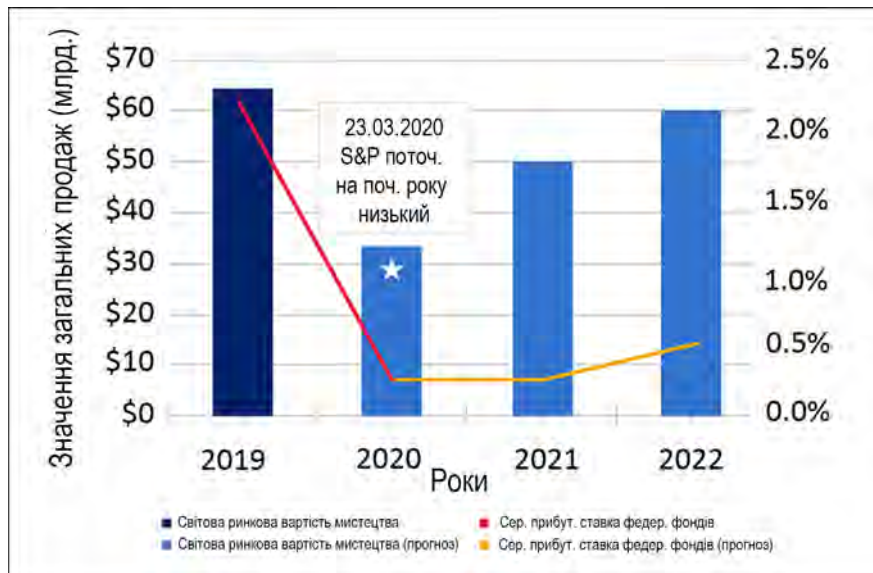


Рис. 6.2. Прогнозування розвитку артринку в 2020-2022 рр.<sup>395</sup>

<sup>394</sup> Ерохин С. В. Цифровое компьютерное искусство. СПб.: Алетейя, 2011. 188 с.

<sup>395</sup> Art Market Update. *Bank of America*. 2020. URL: <https://www.privatebank.bankofamerica.com/articles/art-services-market-update.html>

штучним інтелектом мистецтво, чи має воно свою окрему цінність, є одним з найбільш обговорюваних в артсередовищі.

Заслуговує на увагу звіт Bank of America, який відзначає досвід фінансової кризи 2008-2009 рр., що може допомогти з прогнозами і рішеннями в нинішній ситуації. Так, обсяг продажів предметів мистецтва та антикваріату впав з 62 млрд дол. США в 2008 р. до 39,5

*Таблиця 6.3*

**Поведінка ринку мистецтва в трьох основних кризових фазах 2020-2021 рр.**

<b>Категорія мистецтва/Період</b>	<b>Вихід з карантину літо 2020 – осінь 2020 рр.</b>	<b>Корегування осінь 2020 – весна 2021 рр.</b>	<b>Відтворення весна 2021 р і далі</b>
Шедеври (первинний і вторинний ринок унікальних робіт)	Стойкий попит зустрівся з небажанням продавати / приймати роботи до продажу, що призвело до низького обсягу торгів, але зі стабільними цінами	Більш низькі відсоткові ставки і висока ліквідність мистецтва «блакитних фішок» збережуть ціни стабільними за збільшення обсягу торгів	Ринок шедеврів залишиться недоторканим
Визнані художники (з історією аукціонних продажів і/або представлені великою галереєю)	Дивно високий попит на онлайн-аукціонах, зберігає стабільні ціни завдяки постійній аудиторії	Надлишок пропозиції через падіння купівельної спроможності викличе падіння цін на 10-30%, оскільки покупці чекають знижок	Баланс між пропитом і пропозицією призведе до зниження середніх цін на 10-15%
Первинний ринок (сучасне мистецтво без історії аукціонних продажів)	Дуже низька ліквідність, переорієнтація на інші форми мистецтва і методи продажів (цифрове мистецтво, часткове володіння)	Надлишок пропозиції через падіння купівельної спроможності і ліквідації / консолідації галереї призведе до падіння цін на 20-50%	Більшість галерей і їх художники мають почати заново з більш низьких цін, деякі кар'єри і бізнеси ніколи не відновляться

*Джерело: за Art Market Update.*

млрд дол. США в 2009 р., але вже до 2010 р. повернувся до докризового рівня, що викликано стимулюючими заходами фінансової і монетарної політики. Це подібне тому, що вже спостерігається в 2020 р. Bank of America очікує, що глобальна економіка і артринки у період 2020-2021 рр. підуть тим самим шляхом. Водночас обсяг ринку мистецтва, за підсумками 2020 р., прогнозується у звіті на рівні 34 млрд дол. США (рис. 6.2).

Окрім того, аналітики банку розділили нинішню кризу на фази і зробили прогноз поведінки продавців і покупців у кожному з них (табл. 6.3).

Таким чином, усі визначені тенденції розвитку артринку дають можливість представити його складові, структуру, проаналізувати економічні показники для того, щоб планувати розвиток на майбутнє, враховуючи корективи, які мають бути внесені у зв'язку з впливом пандемії коронавірусу.

## **6.2. Ринок contemporary art**

Як ми вже зазначали, походження contemporary art пов'язують з розчаруваннями у всемогутності раціонального розуму й зверненням до світу чуттєвого, суб'єктивно-особистого на рівні абстрактних форм, концептів, образів і творчих дій художника, очищених від другорядного змісту і зрозумілого сюжету, що приховує в собі нові, ще не досліджені можливості духовної дії на глядача. Тому народження contemporary art в його найрізноманітніших проявах пропонується розглядати як реанімацію людської душі, що страждає від відсутності сильних почуттів і вражень у байдужості і бездуховності буденної нашої епохи. Глибина екологічного, політичного, духовного розладу всередині сучасного суспільства призводить до наполегливої необхідності створення нової концепції існування людини у світі, що має на меті пошук сенсу в кожному досвіді минулого, а також необхідності створення нової різноманітної єдності ідей і культур.

Вважається, що у ситуації масової культури, особливо коли знімаються соціальні бар'єри, купівля творів категорії contemporary для нової еліти стала відповідним соціальним маркером, що відрізняє їх від інших категорій населення. Не випадково відомий французький колекціонер Франсуа Піно назвав споживання сучасного мистецтва не просто купівлею, а стилем життя.

Як ми вже зазначали раніше, сьогодні на ринку витворів мистецтва особливого значення надається не стільки їх творцям, художникам,



скільки колекціонерів, якому вони раніше належали, а споживчий успіх багато в чому забезпечується іменами минулих власників. Ніким не бачена річ з майстерні художника і річ цього ж автора, що колись входила у відому колекцію, коштують по-різному. Витвір з провенансом і перевіреним реноме, що містить у собі частку соціального успіху свого попереднього власника сприймається споживачами як деякий фетиш, що має дивовижну силу і здатний її транслювати, передавати. «У «фетишистській» теорії споживання предмети постійно видаються і сприймаються в якості розповсюджувачів деяких сил (щастя, здоров'я, безпеки, пошани і т.ін.)», – пояснює Ж. Бодрійр<sup>396</sup>. Бренд, на який перетворюється колекція попереднього володаря «шедевра», надає новому покупцеві відчуття упевненість у своєму виборі, акт купівлі супроводжується позитивними емоціями. Отже, таким вбачається сьогодні витвір contemporary art, а артриннок цього напрямку має відповідні особливості: він функціонує за законами тих інвестиційних ринків, коли треба швидко зорієнтуватися та купити і швидко позбутися активів.

Сучасне мистецтво стало для широкої публіки мовби таємничим об'єктом, що потребує особливої процедури сприйняття, що, своєю чергою, стимулювало появу класу посередників – людей зі спеціальною освітою, великим «візуальним» досвідом, високим художнім чуттям і тонким смаком. Професійні і авторитетні консультанти стали потрібними новим колекціонерам, що не завжди розбираються в сучасному мистецтві. Найбільш успішні і відомі артдилери сучасності практикують політику закритих цін на твори, що пропонуються ними. Їхній підхід до продажу полягає в тому, що ціни ніколи не називаються публічно, ніде не публікуються і не обговорюються з випадковими людьми. Відомий англійський дослідник артринку Д. Томпсон зазначає, що «дилери ніколи не стали б обговорювати процес оцінки з клієнтом. Колекціонер або хоче придбати твір, або ні»<sup>397</sup>.

Разом з неможливістю контролю (і навіть прогнозування) рівня цін ще однією найважливішою особливістю сучасного артринку є його тотальна віртуалізація, що проявляється як у зміні самого характеру простору споживання (у появі численних інтернет-галерей і інтернет-аукціонів), так і в характері мистецтва, що існує on-line (наприклад, проект китайської художниці Цао Фей «Друге життя» – місто, що

<sup>396</sup> Бодрійр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион-Русская книга, 2003. С. 122.

<sup>397</sup> Томпсон Д. Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. Скандальная правда о современном искусстве и аукционных домах. М.: Центрполиграф, 2009. 382 с.

існує виключно віртуально). І інтернет-аукціон, і інтернет-галерея з самого початку не передбачають можливості первинного «особистого» контакту з витвором мистецтва. Споживачеві доступно тільки зображення предмета.

Сьогодні безліч угод здійснюються в умовах, коли клієнти бачать картину, фотографію або скульптуру тільки на репродукції, максимум – у 3D моделі (у випадку з Інтернетом). Очевидно, що навіть дуже якісна репродукція не може передати художню специфіку твору – колорит, експресію мазків, контрасти, розмір полотна. Ці традиційно ціновані якості твору також не є основними для актуальних артоб'єктів, робіт категорії contemporary art. Місце художньої цінності поступово займає питання про достовірність роботи, саме тоді витвір мистецтва і переходить у категорію бренду, а у бренд і створені людиною суб'єктивні «дивовижні» «надвластивості» твору переважають над їх «об'єктивними» характеристиками (естетичними, художніми, історичними). Купівля таких творів-знаків, творів-брендів стає маркером, що позначає певне коло колекціонерів і відрізняє VIP-споживачів від усіх інших індивідів. «Предмет споживання – це предмет, специфікований своєю метою, навантажений різними конотаціями статусу, престижу і моди. Такий предмет набуває сенсу лише за відмінністю від інших предметів відповідно до коду ієрархізованих значень»<sup>398</sup>. Твори мистецтва сьогодні багато в чому цікаві споживачеві як «привід» – привід для демонстрації власної спроможності, обізнаності, вишуканої прозорливості і смаку. Пошуки ідеї, сенсу, закладеного художником у своє творіння більше не захоплюють споживача. Основними факторами твору стає його вартість, аксіоматичним визнається твердження про те, що гроші визначають смак. Свобода інтерпретації, дарована споживачам contemporary art філософією постмодерну, призводить до того, що твори модних молодих авторів потрапляють на фінансові вершини артринку. Кожен може по-своєму пояснювати такий твір, і, згідно з Бодрійяром, «навіть маючи вантаж культурних конотацій, вони (твори категорії contemporary art) не представляють жодних проблем для оточення»<sup>399</sup>.

Відповідно, сучасний ринок характеризується збільшенням кількості ярмарків саме contemporary art, що концентрують новітню і актуальну артпродукцію. Поява інституцій такої спеціалізації –

<sup>398</sup> Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион-Русская книга, 2003.

<sup>399</sup> Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион-Русская книга, 2003.

відповідь на бажання публіки споживати contemporary art, яке є однією з головних особливостей артринку наших днів. Окрім того, на думку багатьох експертів, contemporary art – це те мистецтво, у якому виявляє себе епоха, світ, у якому ми живемо, і наш погляд на цей світ і на самих себе. Сучасне мистецтво є активно рефлексуюче мистецтво, мистецтво, яке потрібно осягати знову і знову. «Мистецтво давно перестало бути тільки мистецтвом, ставши одночасно філософією, культурологією, антропологією, соціальною практикою і власне життям»<sup>400</sup>.

Ще однією особливістю ринку contemporary art є обов'язкова підготовка публіки до сприйняття артпродукту. Розуміння художньої або історичної цінності не забезпечується сьогодні загальною освітою. Завдання такої ідейної і естетичної підготовки публіки до сприйняття окремих художніх робіт або цілих художніх напрямів мають вирішуватися установами культури, які орієнтовані на культурно-просвітницьку роботу, – це передусім музеї: державні і приватні. Просвітницькі програми, що готують публіку до сприйняття сучасного мистецтва, останнім часом стали обов'язковою частиною і великих міжнародних артподій – фестивалів і артярмарків. Художні стилі і напрями утворюють групу так званих перетворених предметних базисних суб'єктів, названих так з тієї причини, що вони не можуть мати безпосередньої суб'єктності, оскільки функціонують у суспільній свідомості. Це система цінностей, що формують художній смак на рівні масової свідомості, і різноманітні художні концепції та ідеологеми художніх стилів, які можуть становити інтерес для підготовлених і зацікавлених груп публіки, наприклад – експертне співтовариство, поціновувачі мистецтва, колекціонери.

---

***Що таке сучасне мистецтво: розібратися, що коштує мільйон, а що копійки, може не кожен.***

*Олександра Ритхеу (кореспондент):* Проведемо експеримент. Зараз я створю картину і спробую видати її за роботу перспективного художника. Подивимося, що з цього вийде. На створення роботи мені знадобилися півтори години часу, 700 рублів на полотно і близько 200 на фарби. Але це не враховуючи ідеї. А це в сучасному мистецтві найважливіше.

*Надія Корсова, куратор:* «Потрібно розуміти, що для автора дебют важливий, треба до нього серйозно підготуватися. Основні чинники,

---

<sup>400</sup> Лысакова А. А. Contemporary art как предмет потребления в системе арт-рынка новейшего времени. *Экономика. Социология. Менеджмент*. 11.02.2013. URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419942/Lysakova\\_2011\\_5.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419942/Lysakova_2011_5.pdf)

які впливають на оцінку художника, це концепт, системність роботи, упізнаваність, регулярність. І не можна пускати роботи на потік, тільки на продаж. Безпосередньо художникові не просто взаємодіяти з галереями. Йому треба знайти агента, який правильно створить піар-компанію).

– Як би ви оцінили цю роботу?

– Робота хороша за композицією. Хороші колірні прийоми. Видно, що це не перша робота художника. Цю роботу спочатку можна оцінювати від 40 тисяч. Цікава історія – це мінімум 30% ціни, упевнені експерти. У сучасному світі не так важлива картинка, як правильна упаковка і її подання.

*Олександр Губанов, колекціонер, артконсультант:* «Ми можемо продавати самого художника, особу. І навіть не важливо, що він намалював. Обиватель, буває, не розуміє, що взагалі намальоване. Він бачить: Вася Пупкін, наприклад, який виставлявся в якомусь музеї. І означає, вона має щось коштувати. Критерій оцінки дуже розмитий. Ми практично придумуємо історії та легенди і продаємо не конкретно картину.

– Оцініть цю роботу.

– Я можу сказати, що тут видно творчу індивідуальність. Ця картина приємна для очей плюс до вартості полотна я б її оцінив в 1,5-2 тисячі спершу. Говорячи про усю історію, це буде набагато дорожче.

– 15 тисяч рублів

– Тисяч п'ять.

– Я б тисяч за п'ять таку купив.

Вирішальним чинником стає і новизна. Щоб завоювати свого глядача, потрібний нестандартний погляд на творчість.

*Григорій Лисак, архітектор:* «Я архітектор, і сучасним мистецтвом займаюся не так давно. Ми натрапляємо на величезну кількість артефактів прямо під шпалерами. Я на усе це вирішив подивитися по-іншому. Тут я виявив хронічки, біржові, фінансові звіти. Відштовхуючись від цього я вирішив створити таку «кризу чорної п'ятниці».

*Олександра Ритхеу, кореспондент:* «Виходить, зовсім не обов'язково бути професійним художником, щоб заробляти на сучасному мистецтві. Приміром, мою роботу оцінили в середньому в 20 тисяч рублів. Але це якщо врахувати те, що у неї немає ніякої передісторії».

– У чувака пішла кров з носа і він просить тридцятку?<sup>401</sup>

<sup>401</sup> Экономика живописи: за что в современном искусстве отдают миллионы. *TopSPb.tv*. 31.01.2018. URL: <https://topspb.tv/news/2018/01/31/ekonomika-zhivopisi-za-chto-v-sovremennom-iskusstve-otdayut-milliony/>

Одна з основних тенденцій – формування нової цільової аудиторії на артринку. На думку зарубіжних експертів, згідно з проведеними дослідженнями US Trust, останнім часом на артринку США було зафіксовано зростання активності нових груп покупців мистецтва – представників покоління мілленіалів. Так, частка таких покупців мистецтва зросла в 2017 р., порівняно з рівнем 2016 р. (+8 п.п. – до 36%). За різними експертними оцінками, очікується, що частка артспоживачів-мілленіалів у майбутньому лише збільшуватиметься. Найчисленнішою групою колекціонерів, за результатами дослідження, виявилися представники консервативного покоління бейбі-бумерів (понад 40%), частка мілленіалів складає майже 30%. Водночас американські мілленіали, як з'ясували аналітики US Trust, максимально спрямовані на отримання прибутку на артринку. Вони вважають придбання предметів мистецтва надійними інвестиціями, а також відкриті для спекулятивних операцій. Крім того, мілленіали використовують зібрані колекції для демонстрації високого соціального та інтелектуального статусу. Покоління мілленіалів є «цифровим», тому ці споживачі мають бути найбільш лояльні до цифрових видів мистецтва. Отже, зміна поколінь колекціонерів, яку відзначають з початку 2010 рр., привела на ринок мистецтва нове покоління, озброєне власним смаком і звичкою купувати, попередньо заглянувши на індекси художника в Інтернеті. Колекціонери, взявши за основу правило ринку нерухомості *The Best and The Rest* («кращі – і решта»), почали змінювати поняття «середнього класу» і серед художників, сфокусувавшись на найдорожчому сегменті і одночасно здійснюючи розвідки в пошуках молодих талантів. За даними Artprice, ринок творів мистецтва вартістю від 5 тис. до 20 тис. дол. США за останні п'ять років збільшився втричі. У цивілізованому світі це означає: сьогодні купують молодих<sup>402</sup>. Протягом останніх років спостерігається стійка тенденція до зростання уваги інститутів, колекціонерів і меценатів на «молоде» мистецтво. У багатьох країнах є своя премія, відбуваються конкурси, фестивалі, спрямовані на роботу з відкриття нових молодих талантів, розвитку і підтримки художників, які перебувають на початку творчого шляху.

---

Багато конкурсів і грантів останніми роками підвищили вікову планку «молодих художників» з 35 до 40 років. Поняття «молодий художник» у світі пов'язують не стільки з репродуктивним артвіком, скільки з початком кар'єри. А останніми роками, з огляду на збільшене

<sup>402</sup> Молодые художники: создавай и властвуй. *ARTinvestment.RU*. 07.02.2020.  
URL: [https://artinvestment.ru/invest/painters/20200207\\_young.html](https://artinvestment.ru/invest/painters/20200207_young.html)

число освітніх програм і крос-культурних колаборацій, створювати предмети мистецтва стали представники багатьох гуманітарних професій... Отже, як молодому художнику розібратися в тому, з ким працювати і що вимагати від такого партнерства? Перше і головне: якщо художник мріє про вихід на міжнародний ринок, йому необхідно мати професійну художню освіту. Резюме з економічною, юридичною та навіть гуманітарною освітою, навіть за наявності сертифіката «курсу молодого артбійця», відразу відкладуть убік. Звичайно, якщо ви геній від природи, то вас рано чи пізно помітять і запросять. Але при цьому сто разів подумають: художник сьогодні має бути підконтрольним галереї, а геніальність і контроль, як правило, несумісні. Якщо ж прагнете увійти в світову історію живопису – уперед за дипломом!

У зарубіжній практиці навчання художника існує така дисципліна, як Self-PR і Self-Promotion, тобто самостійне бізнес-становлення і «розкручування». Багато хто помилково вважає, що самостійність автора не передбачає взаємодії з агентом або куратором, але це не так. Художника вчать тому, як існувати і домогтися успіху в екосистемі ринку, а також розповідають, де шукати, за якими критеріями обирати і як взаємодіяти з агентами і кураторами. Це навчання переслідує дві мети: на момент випуску з навчального закладу художник має розуміти запити учасників ринку (галереї, колекціонерів) і вміти відповідно представляти свою творчість; художник зобов'язаний знати механізми роботи агентів і кураторів – так йому буде легше вибрати гідного менеджера, грамотно поставити перед ним завдання і вимагати їх вирішення. Зокрема, у ці дисципліни входить: (1) самоідентифікація: розуміння сильних і слабких сторін, створення і відточування власного персонального висловлювання; (2) оптимізація робочого процесу: від планування витрат до обліку обігового фонду творів; (3) CV і презентація: два основних документи художника; (4) створення візуальних ідентифікаторів: вебсайт, соціальні мережі; (5) участь у конкурсах резиденціях і грантових програмах; (6) взаємодія з зовнішнім середовищем і ЗМІ: від інтерв'ю до майстер-класів у власній студії; (5) правила роботи з галереями: пошук, взаємодія, переговорний процес; (6) юридичні питання: контрактна система, авторські права; (7) основи механізмів ринку мистецтва і функціонал головних його гравців<sup>403</sup>.

<sup>403</sup> Молодые художники: создавай и властвуй. *ARTinvestment.RU*. 07.02.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/painters/20200207\\_young.html](https://artinvestment.ru/invest/painters/20200207_young.html)

У сфері мистецтва існує поділ на художників, що подають надії (emerging artist), художників на серединному етапі своєї кар'єри (mid-career artist) і визнаних художників (established artist).

*Emerging artist* – позначають тих художників, які тільки починають «формувати репутацію», тобто вони вже привертають увагу кураторів, арткритиків і навіть ЗМІ, але поки у них немає міцної бази продажів або представництва галереї. Художником-початківцем може бути як молода людина, яка нещодавно отримала художню освіту, так і той, хто присвятив своє життя мистецтву в більш старшому віці.

*Mid-career artist* – серединний етап кар'єри передбачає наявність у художника значного доробку, накопиченого протягом багатьох років, отримання регіонального, національного або міжнародного визнання у вигляді публікацій, каталогів і виставок. Цей статус засвідчує також кількість виставок на найбільших майданчиках країни, виданих каталогів і книг, публікацій про нього в авторитетних і впливових ЗМІ.

*Established artist* – визнаний художник – це той, хто перебуває на зрілому етапі своєї кар'єри і має видатний потенціал, що оцінюється як вагомий внесок у культуру регіону/країни/світу; цінність його творів уже визначена за роки продажів і підтверджена на аукціонах.

Для прикладу, слід розглянути феномен китайського ринку, який кілька останніх років присутній на позиціях лідера у світовому рейтингу. Ретроспектива показує, що курс у бік сучасного мистецтва спочатку закріпився в прагненнях китайських чиновників, але початок цієї дії був драматичним: у 1989 р., одночасно з боями на площі Тянь-аньмень, було розібрано знакову для сучасного мистецтва Китаю виставку «Китай/Авангард», і знищено та видалено бульдозерами головну на той момент пекінську артколонію Юаньмінюань. Але через деякий час, побачивши зацікавленість західних поціновувачів і прагнучи імідувати більш «просунутій» державі, китайське керівництво стало уважніше ставитись до художників, зокрема їм відводились цілі квартали для творчості, створювалась інфраструктура, виділялись гранти і т.ін. Загалом за співпраці чи участі держави у Китаї було створено понад півтори тисячі аукціонних будинків<sup>404</sup>. Сьогодні сучасне китайське мистецтво розвивається досить динамічно і складає серйозну конкуренцію європейському мистецтву як у культурному, так і в економічному плані. Зокрема, продажі китайських художників показують рекорди на аукціонах Sotheby's, багатьох галерей і музеях

---

<sup>404</sup> Китайская культурная эволюция. Как Поднебесная стала главным рынком современного искусства. *Коммерсантъ*. 13.05.2018. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3622355>



світу. Ринок набув статусу міжнародного, а покупці китайського сучасного мистецтва проживають як у країнах Заходу (близько 40%), так і є місцевими мешканцями (решта – 60%). Окрім того, китайські покупці також купують європейські та американські твори сучасного мистецтва (так, найбагатша людина Китаю Ван Цзяньлінь купив на аукціоні картину Пікассо за 28 млн дол. США).

Китайські інвестори вважають за краще вкладати кошти в сучасне мистецтво, створюючи значний вплив на світовий ринок інвестицій у мистецтво і змінюючи його. Серед причин такої зацікавленості можна назвати такі: (1) Китай – це країна зі зростаючою економікою, у результаті чого стрімко розширюється середній клас, бажання якого – знайти новий і цікавий спосіб інвестувати свій дохід, що й робить китайців одними з найважливіших покупців мистецтва у світі; (2) зміни у світовій економіці створюють потенційно вигідний обмінний курс (наприклад, будь-яке падіння у британській економіці через BREXIT чи інші події позиціонує Лондон як основне місце для інвестицій у сучасне мистецтво); (3) після того, як влада вжила заходів для збереження особистого багатства всередині країни, це обмежило деякі види угод та інвестицій за кордоном, однак колекціонування творів мистецтва, як і раніше, дозволено. Отже, цей ринок став цікавий китайським інвесторам; (4) соціальні мережі роблять ринок інвестицій у мистецтво доступнішим по всьому світу, особливо для молодих поколінь<sup>405</sup>.

Заслугує на увагу сучасне паркове мистецтво Китаю, яке спрямоване на зближення з публікою. Проведення в парках художніх виставок, організація певних тематичних парків і облаштування наявних зелених зон під майданчики, на яких може розміщуватися сучасне мистецтво, сприяють культурному розвитку суспільства. Розуміння мистецтва різних сучасних художників, розуміння їх робіт і тем, вкладених у них, дозволяє отримати більш свіжі і глибокі погляди на світ. Артпарки стали однією з найбільш сучасних художніх практик у ландшафтному мистецтві. Великі міста, як наприклад Шанхай, з художнім ринком, що швидко розвивається, успішно виводять сучасне мистецтво на новий рівень, створюючи гармонійну рівновагу між природою і мистецтвом, що в підсумку сприяє зміні сприйняття сучасних творів мистецтва публікою.

<sup>405</sup> Інвестори с Китая активно вкладываются в современное искусство. *Первая галерея G1*. 15.09.2018. URL: <https://g1.gallery/ru/feed/articles/2018/09/15/investors-from-china-are-actively-investing-in-contemporary-art-615/>

Звичайно, про китайський художній ринок існує багато міфів, які постійно аналізуються в дискурсі експертів і мистецтвознавців, проте він розвивається, завойовує прихильність поціновувачів мистецтва інших країн, а головне – державна культурна політика сприяє цьому.

Ринок африканського мистецтва істотно еволюціонував за останнє десятиліття і вважається сьогодні найбільш динамічним сегментом. Так, якщо на брюссельському ярмарку BRAFA можна побачити традиційне африканське мистецтво напряму *tribal art*, то в Кейптауні (Південно-Африканська Республіка) з 2017 р. існує найбільший у світі музей сучасного мистецтва Африки (розмістився в будівлі колишнього зернового елеватора). Вважається, що сучасне африканське мистецтво має риси, типові для африканської естетики, і водночас має спільні риси з іншим міжнародним сучасним мистецтвом.

Важливо розуміти і своєчасно визначати тренди сучасного мистецтва, оскільки це не лише дозволить художникам (особливо молодим) наслідувати відповідні техніки творчої діяльності, але допоможе всім учасникам екосистеми артринку виробити правильну стратегію поведінки на ньому. Ось якими були, наприклад, тренди в мистецтві і артринку в 2012-2013 рр.<sup>406</sup>: (1) мальована картина, на думку критиків, ще недавно «вмирала», витісняючи іншими видами мистецтва – відеоартом, інсталяцією ... У кінці нульових ситуація кардинально змінилась: картина відродилася як жанр. Кордон між *fine art* («витончене мистецтво»), зроблене по-старому, пензлем по полотну) і актуальним мистецтвом (з його навмисним божевільям і нонконформізмом) – раптово кудись зникла. Глядачі, а передусім – самі художники засумували за картинами в традиційному сенсі. Однак, щоб привернути до себе увагу на перенасиченому артринку, картина має бути дійсно талановитою; (2) революція інтерфейсів: малюєш на планшеті, виходить полотно з олією – повсюдне використання iPad-технік серйозно вплинуло на технологію створення картин (наприклад, став популярним фронтальний друк *diasec*: принцип, схожий з друком фотографій, фарби наносяться на акрил); (3) демократизація артринку: тепер мистецтво колекціонують не лише мільйонери, а звичайні студенти і домогосподарки – неймовірно, але оригінал роботи відомого майстра тепер може коштувати менше 100 доларів. Демократизація цін на високе мистецтво стала особливо помітною на прикладі багаторічного успіху найбільшої міжнародного

---

<sup>406</sup> 5 главных трендов в современном искусстве. *Look At Me*. 22.02.2012. URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/art-radar/157249-5-glavnyh-trendov-v-sovremennom-iskusstve>

ярмарку AAF (Affordable Art Fair, «ярмарок доступного мистецтва»). Для його організаторів найважливішим критерієм відбору робіт є їх вартість: вона не має перевищувати цінового максимуму, доступного людям середнього достатку; (4) «авторський оригінал» – ідея, яка стрімко змінює артринок – маркетинг епохи копіпасту і перепосту по-новому осмислив ідеї Ворхола: картина тепер може випускатися в кількох варіантах і з різною ціною. Наприклад, твори тих же Курмаза і Сохта вартують зовсім недешево. Але вони придумали стратегію, яка дозволяє захопити три різних цінових категорій. Стратегія доступності досягається шляхом випуску обмеженого тиражу на папері і полотнах авторських оригіналів. Тобто твір може існувати в п'яти копіях, але при цьому кожна з них є оригіналом, що підтверджує сертифікат міжнародного зразка; (5) галереї тепер відкривають не галеристи, а самі художники, отже головним місцем взаємодії учасників артринку стає персональна галерея художників (це як маленька крамничка, де господар сам стоїть за прилавком).

А вже на 2020 р. прогнозувалось<sup>407</sup>, що художники продовжать свій діалог з нестаріючою класикою, тобто стилістичні прийоми відомих художників ХХ ст. будуть активно використовуватися в багатьох майстернях: проте твори будуть мати свою художню самодостатність, а деякі художники паралельно будуть сміливо експериментувати з новими техніками, шукати актуальні колористичні рішення і розвивати власні стилі. Одним з найбільш трендових напрямів вважається Line Art – успіх Пікассо і Матісса надихне художників-мінімалістів на використання штрихів на білому тлі. У такому стилі зазвичай зображують переплетені фігури і лінійні портрети й картини відмінно вписуються в мінімалістичні інтер'єри з підкресленим прагненням до простоти і ясності смислів. Окрім того, картини будуть повертати глядачів до минулих досягнень художньої культури, на стінах галерей з'являться полотна з алюзіями на роботи відомих художників минулого. Проте застосування нових стилістичних рішень вдихне у відомі сюжети нове життя і адаптує їх для сучасних інтер'єрів. Нове дихання отримає також жанр портрета – яскраві, виразні персонажі будуть у тренді, а щодо технічних особливостей виконання, то тут будуть переважати авторські стилі. Популярними також будуть портрети без чітких обрисів, що дозволить глядачам стати учасниками творчого процесу і самостійно домальовувати в свідомості нерозкриті деталі. Збережеться мода на

<sup>407</sup> Тренди живопису і скульптури в 2020 році. *KyivGallery*. 27.12.2019. URL: <https://kyiv.gallery/ru/statii/trendy-zhivopisi-i-skulptury-v-2020-godu>

абстрактний живопис – багатокомпонентні об’єкти, що складаються з безлічі паралельних і перехресних ліній. Не обмежуючись формою, художники будуть активно використовувати колірні контрасти для звільнення глядача від шаблонів сприйняття. Такі картини будуть добре виглядати не тільки на стінах галереї, а й в домашньому інтер’єрі. Рослинна тематика Botanicals стала популярною ще кілька років тому, але її стилістичний і смисловий зміст не втратить актуальності і в 2020 р. Не лише образи квітів і складних переплетень гілок будуть налаштовувати на позитивний лад, але й екологічна тематика отримала новий стимул до розвитку, тому Botanicals має всі шанси стати найбільш трендовим напрямом. Будуть також привертати увагу епатажні Engaged art: у центрі уваги майстра виявляються політичні ідеї, філософські смисли й образи емансипованих жінок.

### **6.3. Колекціонери та колекціонування**

Традиційно вважається, що колекціонування живопису та предметів антикваріату – це справа людей з високим становищем у суспільстві і витонченим смаком. Ретроспектива показує, що перші колекціонери мистецтва з’явилися ще за часів античності, а в епоху Відродження колекціонування стало справою державної важливості: правителі змагалися у значущості та пишалися величиною своїх колекцій. Колекціонування як вид діяльності, спрямований на систематизацію знань про деяку групу предметів, завжди йшло в ногу з епохами найважливіших відкриттів. Так, перші колекції предметів було знайдено в країнах древнього Сходу, у Древній Греції і Римі. З появою християнства найбільші зібрання творів формувались у церковних приходах із залишених у вигляді дарів предметів. Професійні об’єднання колекціонерів з’явилися в XVIII ст. – тоді в моді були предмети розкоші (згодом їх назвуть антикваріатом), годинники і книги. На формування зібрань творів мистецтва значною мірою вплинули поява артдилерів у другій половині XIX ст. і звернення уваги аукціонних будинків на художні цінності (у перших 150 років з моменту появи навіть Sotheby’s і Christie’s торгували всім, що мало попит). Сьогодні майже нічого не змінилось, а інтерес сучасних колекціонерів до збирання обумовлений естетичними, смаковими і мистецтвознавчими мотивами, а історики, філософи і психологи намагаються пояснити феномен колекціонування.

Перетворення мистецьких творів на товар відбулось у другій половині XX ст., разом з формуванням простору сучасного артринку. Важливу

роль зіграв відомий колекціонер Лео Кастелі, який «перетворився з незначного колекціонера в артдилера, однак був натхненний не стільки комерційними міркуваннями, скільки усвідомленням своєї місії популяризатора й захисника нових художників»<sup>408</sup>. Починаючи з інтелектуального осмислення мистецтва в 1940 рр. (наприклад, Л. Кастелі не погоджувався з інтерпретацією візуального мистецтва, яку пропонував відомий теоретик Клемент Грінберг), уже в 1960-1970 рр. галерист активно відкривав, виставляв, просував і продавав твори художників. Щоправда, сучасна німецька дослідниця Ізабель Грав зауважує, що в цей період, у разі досягнення комерційного успіху, художникам доводилось розплачуватись втратою художнього авторитету. Як би там не було, але більшість з них на сьогодні уже знайшла своє місце в історії мистецтв, адже список Л. Кастелі рясніє знаковими іменами поп-арту.

У ХХ ст. колекціонування предметів мистецтва остаточно сформувалося в сучасному розумінні, і сьогодні в центрі уваги три основні види колекцій: музейні, корпоративні і приватні. Класичними суб'єктами артринку разом з художниками, професійними посередниками і публікою (відвідувачами музеїв, артзаходів і ін.) сьогодні є приватні і корпоративні колекціонери. Приватні колекціонери історично є основними споживачами предметів мистецтва на художньому ринку. Як правило, це хайнети і ультрахайнети, тобто особи, чії вільні активи (тобто без врахування нерухомості та іншого майна) перевищують 1 млн дол. США. Проте в сегменті купівлі предметів мистецтва активізується середній клас. Річний рівень доходів цієї категорії колекціонерів, згідно зі звітами Global Wealth Report від найбільшого швейцарського банку Credit Suisse, варіюється від 10 до 100 тис. дол. США в місяць, залежно від країни.

---

*Андре Рогге – керівник корпоративної колекції Credit Suisse, відповідальний за придбання і розміщення творів сучасного мистецтва в більш як ста відділеннях банку в Швейцарії і за кордоном. Також він є членом журі Премії Credit Suisse і артярмарку Cosmocosm для молодих художників: Ми не розголошуємо ці цифри, але можемо сказати, що у нас є постійний щорічний бюджет у Швейцарії на купівлю робіт швейцарських художників, а також спеціально засновані фонди для інших проєктів, наприклад, коли ми оновлюємо офіси банку, як це*

---

<sup>408</sup> Хук Ф. Галерея аферистов: История искусства и тех, кто его продает / пер. с англ. СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2018. URL: <https://nemaloknig.net/book-370381.html>

зараз відбувається в нашому лондонському хабі в Канері-Уорф. У Великобританії ми купуємо роботи місцевих авторів у галереях і майстернях художників по всій країні. Майже всі придбані нами твори виставлені у відділеннях Credit Suisse по всьому світу. У Гонконзі нам вдалося зібрати значну кількість робіт місцевих художників за останні 20 років, і ми були дуже раді інтегрувати їх в колекцію Credit Suisse. Я сподіваюся, що в наступному році у нас буде бюджет для розширення колекції у ще одній країні. Загалом основа колекції Credit Suisse – це швейцарське мистецтво, яке ми збираємо вже понад сорок років. Але воно не тільки у Швейцарії. У московському офісі, наприклад, російські автори, яких ми придбали на виставці Cosmocosw у межах нашого стратегічного партнерства, є сусідами з творами швейцарських художників. Ці роботи були привезені зі Швейцарії<sup>409</sup>.

---

У приватних колекціонерів нерідко перебувають твори, яким можуть позаздрити деякі музеї. На сьогодні є понад 1 млн колекціонерів мистецтва, включаючи родинні фонди. Тих з них, чиї колекції коштують понад 10 млн дол. США, за оцінками Deloitte, сьогодні налічується понад 50 тисяч. Для найбільших колекціонерів мистецтво – частина бізнесу: Бернар Арно – власник імперії LVMH і Artprice (а у минулому власник аукціонного будинку Phillips), Франсуа Піно, окрім брендів Yves Saint Laurent і Gucci, володів Christie's, Ларрі Гагосян і Джей Джоплінг – надуспішні арт-дилери. Багато хто використовує колекціонування як необхідну «соціальну подушку» для успішного оприлюднення бізнесу – наприклад Стівен Коен, колишній керівник хеджевого фонду SAC Capital Advisors. Про успіхи і невдачі його компанії на фінансовому ринку можна було дізнатися з інформації про гучні покупки на аукціонах: виявившись у центрі скандалу і ризикуючи втратити вкладників, він здійснивав велику покупку, тим самим показуючи стабільність і повертаючи довіру ринку (наприклад, у розпал конфлікту з американським регулювальником SEC у 2014 р. Коен придбав скульптуру Альберто Джакометті «Колісниця» за 101 млн дол. США). Найбільш яскравий з молодого покоління колекціонерів – японський мільярдер Юсаку Маєдзава, відомий придбанням найдорожчої роботи Жана-Мішеля Баскії за 110 млн дол. США, також захопився мистецтвом вже після побудови своєї бізнес-імперії (одяг, музичні носії і онлайн-технології).

---

<sup>409</sup> Искусство для бизнеса или бизнес для искусства? Интервью с главой арт-коллекции Credit Suisse. *Posta-Magazine.ru*. 21.05.2019. URL: <https://posta-magazine.ru/article/andre-rogger-interview/>

Сьогодні кількість тих, хто колекціонує старих майстрів, помітно поступається кількості тих, хто збирає сучасне мистецтво. Проблема в тому, що деякі старі майстри здаються темними і незрозумілими; біблійна і класична іконографія їх картин є нині свого роду шифром. Однак Брейгель – один з тих старих майстрів, кого сучасний глядач сприймає порівняно легко. Світ, який зображує Брейгель, химерний і дивний, але, по суті, не позбавлений людського тепла. Не випадково картинами Брейгеля навіяні два чудових вірші ХХ ст.: «Пітер Брейгель: Зимовий пейзаж з ковзанярями і з пасткою для птахів, 1565 рік» Джона Бернсайда і «Пейзаж з падінням Ікара» В. Х. Одена, поетичний роздум про сутність страждання. Персонажі картин Брейгеля все ще близькі нам, хоча їх віддаляють від нас століття. Ця близькість – головна запорука привабливості мистецтва минулого для сучасних колекціонерів<sup>410</sup>.

---

Дослідження показують, що на основі приватних колекцій активно формуються приватні музеї і галереї, експозиції яких, у низці випадків, за оцінками критиків, не поступаються багатьом відомим музеям. Так, за експертними даними, з 2000 по 2016 рр. 72% від того, що існує в світі, є сьогодні у приватних виставкових просторах, а 37% найбільших колекціонерів у світі активно надають експонати державним і приватним виставковим залам. Серед найбільш відомих приватних музеїв можна назвати музей ювелірного будинку Cartier – Fondation Cartier pour l'Art Contemporain (Франція) і музей Punta Della Dogana (Італія), що належить Gucci Group і аукціонному будинку Christie's.

За експертними оцінками, масштаб колекціонування артоб'єктів сьогодні набуває глобального характеру. Так, згідно з даними міжнародної бази приватних колекціонерів Larryslist.com, що включає понад 3 тис. імен, у 2016 р. понад 25% провідних колекціонерів світу проживають у США (найвищий показник серед країн), у Німеччині – 9%, у Великобританії і Китаї – по 7%. Частка колекціонерів у решті країнах не перевищує 5-6%. Водночас динамічно зростає число колекціонерів на ринках, що розвиваються. Так, статистика порталу Larryslist.com свідчить, що сукупна частка колекціонерів в Китаї, Індії і Бразилії – 15%.

З появою великих корпорацій у ХХ ст. розпочався період корпоративних колекцій. Серед причин їх виникнення – захоплення власника,

---

<sup>410</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>



який розміщує в інтер'єрах власні зібрання, одночасно економлячи на зберіганні; підвищення статусу і лояльності цільової аудиторії компанії через апеляцію до мистецтва. У числі лідерів за кількістю і художньою цінністю зібраних робіт – Microsoft (комп'ютерні технології) і Progressive (лідер автострахування на ринку США), їх зібрання налічують понад 5 тис. і 8 тис. робіт високого рівня відповідно. Так, згідно з заявами Microsoft, їхня колекція відображає стандарти новаторства і креативності компанії; доступна для перегляду для співробітників. Проте найбільші корпоративні колекції належать світовим банкам: UBS (понад 30 тис. предметів), Deutsche Bank (68 тис.), Bank of America (25 тис.), JP Morgan (30 тис.) і ін. Як показує практика, на власному колекціонуванні банки не зупиняються, а підтримують інтерес до мистецтва і серед своїх клієнтів за допомогою програм артбанкінгу або оприлюднених партнерських проєктів. Зокрема, UBS є багатолітнім спонсором ярмарку сучасного мистецтва Art Basel, Deutsche Bank патронує ярмарок Frieze, нью-йоркське відділення ярмарку TEFAF недавно заручилося фінансовою підтримкою Bank of America. Звичайно, власні колекції підвищують капіталізацію самої фінансової структури, і нерідко підтримують проєкти художників, чиї роботи є в зібраннях: мистецтво зростає в ціні, не покидаючи банківських стін. Інколи новини про «розпродаж» банком власної колекції не відображають його реальній стратегії: так, на початку 2020 р. Deutsche Bank повідомив про ліквідацію частини предметів мистецтва. На практиці це означало інше: понад 90% робіт у колекції банку складають графіка і малюнок. Тому продавши найдорожчі живописні роботи, банк одночасно зробив дві речі: вирівняв власний економічний стан і посилив кураторську цілісність, а з нею підвищив і вартість зібрання творів, що залишилось. Для менеджменту власних колекцій банки, як правило, формують спеціальні відділи і лише інколи користуються послугами приватних компаній.

Операції з предметами мистецтва вимагають оцінки юридичних ризиків, зокрема пов'язаних з підтвердженням права власності, що накладає на покупця тягар проведення експертизи як історії володіння художнім твором (провенанс), так і наявності документів, що підтверджують правовий титул. Відсутність належного документального підтвердження права може бути наслідком, що існує до певного часу на артринку «культури рукостискання» – операції без договору, необачності в оцінці наслідків бездокументного володіння і т.ін. Секретність більшості трансакцій скорочує об'єм інформації, на яку може

розраховувати покупець. Це залишає правову невизначеність і разом з відсутністю підтвердженого провенансу може негативно позначитися на подальшому продажі предметів мистецтва, зокрема спадкоємцями.

Концептуальний мистецький твір італійського художника Мауріціо Каттелана став темою для активного обговорення під час проведення міжнародного ярмарку мистецтв Art Basel Miami 2019 р. Саме внаслідок дискусії про мистецтво й суспільство, яка була спровокована інсталяцією, покупцями витрачено понад 100 тис. дол. США. Порівнюючи новопридбаний арттвір з культовими суповими банками Енді Ворхола 1962 р., Біллі та Беатріс Кокс, які вже два десятиліття є колекціонерами, коментують: «Ми купили його, щоб гарантувати, що він буде доступний для громадськості назавжди, щоб підживлювати дебати й провокувати думки та емоції в громадському просторі назавжди»<sup>411</sup>.



**Мауріціо Каттелан. Америка. 2016.**

*Золото 750-ї проби. Вид інсталяції в Музеї Соломона Р. Гуггенхайма, Нью-Йорк. Фото: © Kris McKay / Solomon R. Guggenheim Foundation*

Об'єм ринку мистецтва прийнято обчислювати в цифрах обігу продажів: наприклад, у 2018 р., за даними Art Basel and UBS Report, вони склали 67,4 млрд дол. США. У 2019 р. з предметів, куплених

<sup>411</sup> Elbaor C. Maurizio Cattelan's \$120,000 Banana Defend the Work as "the Unicorn of the Art World," Comparing It to Warhol's Soup Cans. *Artnet*. 2019, Dec 10. URL: <https://news.artnet.com/art-world/maurizio-cattelanbanana-collector-1728009>

роком раніше, було виведено на продаж менше 10 %, останні осіли в приватних і корпоративних колекціях. Тобто разом з «ринком трансакцій» існує «ринок зберігання» – мистецтво в приватних руках. Так, Нанне Деккінг, голова наглядової ради ярмарку TEFAF і творець системи електронної реєстрації провенансу Artory, оцінює вартість предметів мистецтва в приватних руках у 3 трлн дол. США. Згідно з матеріалами, присвяченими онлайн-продажам за версією звіту Art Basel Art Market Report 2020 р.<sup>412</sup>, впливає, що світові продажі мистецтва та антикваріату знизилися на 5% між 2018 і 2019 рр. (табл. 6.4).

Таблиця 6.4

**Онлайн-продажі предметів мистецтва і  
антикваріату/колекціонування за версіями Art Basel & UBS і  
ArtTactic, 2013-2019 рр.**

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Обсяг онлайн-продажів мистецтва та антикваріату (ArtBasel & UBS), млрд дол. США	3,1	4,4	4,7	4,9	5,4	6,0	5,9
Обсяг онлайн-продажів мистецтва і предметів колекціонування (ArtTactic), млрд дол. США.	1,5	2,6	3,3	3,8	4,2	4,6	4,8

Джерело: <sup>413</sup>.

У своїй діяльності колекціонери звертаються до професійного менеджменту. Менеджмент може здійснювати як компанія-управитель (може вести кілька колекцій), так і найняті фахівці – зі сфери послуг артринку (аукціонні будинки, галереї, артдилери) або «одинаки», що присвятили життя єдиній колекції. Як правило, останні мають або мистецтвознавчу, або фінансову освіту, але обов'язковий досвід роботи, зв'язки і розуміння ринку, адже управитель колекції має не лише правильно зібрати її, але і підвищити в ціні, створивши максимально

<sup>412</sup> The Art Market 2020 initiative. *Art Basel & UBS*. 2020. URL: <https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market>

<sup>413</sup> Отчет Art Basel & UBS 2020: онлайн-продажи. *ARTInvestment.RU*. 09.04.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200409\\_onlinereport.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200409_onlinereport.html)

можливу ліквідність, тобто перетворити на фінансовий інструмент, який зможе у будь-який момент підтримати колекціонера матеріально<sup>414</sup>.

Важливо розуміти увесь процес руху творів мистецтва. Так, після завершення операції на аукціоні або в приватній галереї у предметів мистецтва починається друге життя: вони переміщуються, зберігаються, проходять експертизи, стають об'єктом наукових досліджень і публікацій, виставляються, реставруються, використовуються як заставка і т.ін. Керувати цим процесом покликаний *менеджмент колекції*.

*Діяльність менеджменту колекцій включає:* інвентаризацію збірки – аналіз і систематизація збірок за категоріями, рекомендації щодо використання програмного забезпечення, професійна фотографія і портфоліо кожного предмета; фінансовий аналіз збірок – оцінка поточної капіталізації предмета або всієї колекції з перспективою зростання, оцінка поточного «паспорта роботи» (провенансу, експертних оцінок і висновків); поповнення колекції – оцінка інвестиційної привабливості придбання певного предмета/серії предметів мистецтва, представлення інтересів клієнта на аукціонних торгах, організація придбання предмета мистецтва в приватному порядку; монетизація колекції – прямий продаж (прилюдні торги і приватні продажі), розміщення витвору мистецтва як забезпечення застави для здобуття кредиту в іноземному банку, розміщення в інвестиційному артфонді, ліквідація предмета мистецтва (організація швидкого продажу); юридична підтримка – основні рекомендації із залучення профільних юристів (усередині країни і за кордоном), підтримка в оформленні права спадкоємства, податкове консультування під час операцій купівлі-продажу за кордоном (митні збори, внутрішні податки країн, авторські відрахування і ін.); вміст колекції – складання документів, необхідних для роботи (описів, митних декларацій, актів стану збереження, договорів про оренду, купівлю-продаж і ін.), організація транспортування предметів мистецтва, організація зберігання предметів мистецтва в міжнародних спеціалізованих сховищах, організація технологічної експертизи предметів мистецтва, організація мистецтвознавчої експертизи предметів мистецтва (включаючи підбір мистецтвознавців-експертів за напрямками); виставкові проекти – вибір майданчика і куратора, архітектурне проектування, взаємодія із ЗМІ; видавничі проекти – підбір авторського складу і вибір вигляду видання (каталог, альбом),

<sup>414</sup> Менеджмент коллекции. История и типология собраний. *ARTInvestment*. RU. 23.04.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/law/20200423\\_collection\\_management.html](https://artinvestment.ru/invest/law/20200423_collection_management.html)

рекомендації з дизайну, верстки, друку (залежно від поставленого завдання і країни підбираються кращі варіанти), юридичне узгодження прав на використання зображень, поширення видань; оренда предметів – відстеження найбільших виставкових проєктів, які тематично збігаються з предметами колекції, переговори про включення предметів мистецтва в експозиції тимчасових виставок і постійних експозицій, забезпечення логістики і супроводжуючої документації, робота зі ЗМІ щодо висвітлення події; соціалізація проєкту – реєстрація колекції на платформі Google Art Institute і сайті Larry's List нарівні з найбільшими світовими музеями і зібраннями творів, участь у міжнародних форумах мистецтва (Deloitte Art & Finance, Communicating the Museum, MuseumNext), робота в програмних комітетах форумів для лобювання основних тем і спікерів, ініціації власних проєктів (конференцій колекціонерів, фондів, для залучення важливих партнерів ринку і лобювання інтересів власника на міжнародному рівні – AICA, UNESCO і ін.); персоніфікація власника, виведення колекціонера в «прилюдне поле», включення його в міжнародні рейтинги колекціонерів, робота зі ЗМІ, участь у тематичних заходах.

---

Підраховано, що утримання і обслуговування зібрання творів обходиться, як правило, 1-3% на рік від сукупної вартості колекції. У результаті, на подив колекціонера, що через якийсь час бажає реалізувати мистецтво на ринку, його чекає два «сюрпризи»: або аукціонний будинок ставить власника в чергу, неспішно приймаючи предмет на торги, або покупець не готовий платити бажану ціну.

Без менеджменту колекцій предмети мистецтва піднімаються в ціні, але лише в межах середнього по ринку сукупного середньорічного темпу зростання – CAGR – (7,6%). Проте волатильність (ризик активу бути проданим нижче очікуваної вартості) за такого підходу зростає. А ось ліквідність (здатність швидко продаватися), навпаки, падає: з двох подібних предметів мистецтва покупець вибере той, який краще просували на ринку. Таким чином, менеджмент колекцій має три основні функції на виході: збільшує капіталізацію зборів і окремих предметів (середнє значення CAGR в артфондів з грамотним менеджментом – 15%); знижує волатильність (у середньому з 25% до 20% – нижче лише в коштовних металів, коштовних каменів і колекційного алкоголю); підвищує ліквідність (відомий в інформаційному полі предмет мистецтва – бажаний об'єкт аукціонних будинків і приватних покупців). Так у 2018 р., при обігу артринку в 67,3 млрд дол. США, на допоміжні

операції з предметами мистецтва було витрачено 20,2 млрд дол. США. Понад половину цієї суми – витрати галерей на утримання і штат, іншу половину складають елементи менеджменту колекцій.

Експерти вважають, що художники недостатньо розуміють, що артексперт у питаннях формування колекції має бути один і його завдання – мінімізувати ризики колекціонера в питаннях експертизи і атрибуції робіт (з максимальною гарантією набувати автентичних речей), забезпечувати правильний режим ввезення і оподаткування (аби гарантувати такий же оптимальний вивіз) і балансувати між особистою пристрастю власника і фінансовою привабливістю предметів (здійснюючи швидкий продаж у випадку необхідності монетизувати колекцію). У зв'язку з тим, що оцінка перспектив колекції починається на рівні формування – від вибору аукціону і валюти платежу до режиму зберігання роботи, тому грамотний експерт відразу підкаже, хто буде основним суперником колекціонера на подальших торгах у вибраній ніші або сфері творчості вподобаних художників. Економія на початковому етапі може обернутися серйозними вкладеннями надалі<sup>415</sup>.

Згідно з даними 6-го випуску звіту у сфері мистецтва і фінансів за 2019 р.<sup>416</sup>, підготовленому «Делойтом» спільно з компанією ArtTactic, питання включення предметів мистецтва і колекціонування в інвестиційні портфелі і звіти з управління приватними активами є вкрай актуальним. За оцінками «Делойта», у 2018 р. загальна величина активів заможних приватних осіб, пов'язаних з предметами мистецтва і колекціонуванням, склала 1742 млрд дол. США. Керівники активами, артексперти і колекціонери вважають артринок важливим напрямом з точки зору управління активами. Серед заможних осіб спостерігається інтерес до витворів мистецтва і колекціонування у межах комплексної стратегії управління активами, а комплексного підходу від своїх керівників очікують 81% колекціонерів – це на 66% більше, ніж в 2017 р.

Важливе питання для колекціонерів – формування довіри. У 2018 р. 75% колекціонерів, порівняно з 62% роком раніше, заявили, що однією з серйозних загроз для репутації ринку є відсутність прозорості. Аналогічної думки дотримуються також 75% артекспертів і 77% керівників активами. З другого боку, на думку 85% банків, що працюють з приватним капіталом, основною *репутаційною загрозою вважають*

<sup>415</sup> Белькевич Д. Менеджмент коллекции. Современные требования. *ARTInvestment.RU*. 11.02.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/law/20200211\\_collection\\_management.html](https://artinvestment.ru/invest/law/20200211_collection_management.html)

<sup>416</sup> Art & Finance Report 2019. 6th edition. *Deloitte*. 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-finance-report.html>

легалізацію доходів, отриманих протиправним шляхом. Цю проблему, вважають експерти «Делойта», можна вирішити за допомогою змін у державному регулюванні, хоча доки учасники ринку не можуть дійти єдиної думки щодо переваг державного регулювання перед саморегулюванням. У цьому контексті, 5-а Директива ЄС з боротьби з легалізацією незаконно отриманих грошових коштів, яка набула чинності в січні 2020 р., може дати новий поштовх ініціативам у цій сфері, надихнувши регуляторів на розроблення нових нормативних актів. У звіті «Делойта» висловлюється припущення про те, що *для розроблення загальних керівних принципів і стандартів, покликаних підвищити довіру до артринку*, необхідно забезпечити співпрацю усіх зацікавлених сторін у сфері мистецтва і фінансів.

На думку 65% опитаних колекціонерів, до найцікавіших для них напрямів, які їм можуть запропонувати керівники управління активами, входять послуги, пов'язані з предметами мистецтва і добродійністю. Отже, понад половину компаній, що управляють активами заможних осіб, врахували цю тенденцію, заявивши про свої наміри зосередитися на цій сфері в найближчий рік. «Усе більше інвесторів на артринку вважають за краще вкладати кошти в продукти, які приносять користь суспільству і світу загалом. Зараз потрібні нові моделі соціальних інвестицій, орієнтовані на некомерційні організації і проекти у сфері культури і мистецтва. Одним з прикладів новаторських інвестиційних і фінансових рішень може стати *державно-приватне партнерство*. Така форма співпраці може допомогти перетворити державні колекції на активи, що приносять відчутну віддачу, і таким чином забезпечити державним установам досить засобів для досягнення поставлених цілей»<sup>417</sup>.

Попри суттєве підвищення зацікавленості до соціально-орієнтованих інвестицій і значне зростання цього напрямку впродовж останніх двох років, найбільш актуальною послугою для 76% колекціонерів є *планування спадкоємства майна*, зазначається у звіті. Так, у 2017 р. цей показник склав 69%. Далі в рейтингу з невеликим відривом ідуть послуги з оцінки творів мистецтва (73% респондентів). Така ситуація узгоджується з практикою передачі колекції від покоління до покоління, що пояснює аналітикам «Делойта» *два основні пріоритети колекціонерів*: спадкове планування і оцінка витворів мистецтва. Більшість артефактів також відзначають попит на ці послуги: 78% і

<sup>417</sup> The Art Market 2019. *Art Basel & UBS*. 2019. URL: [https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The\\_Art\\_Market\\_2019-1.pdf](https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Market_2019-1.pdf)



87% з них, відповідно, називають їх найбільш затребуваними послугами серед своїх клієнтів.

У процесі кредитування під заставу предметів мистецтва США займають перше місце. Зокрема, упродовж останніх десяти років спостерігається зростання кількості угод на ринку кредитування під заставу творів мистецтва. У 2019 р. об'єм цього ринку (сума діючих позик під заставу предметів мистецтва) оцінюється в діапазоні від 21 до 24 млрд дол. США. Крім того, у 2019 р. цей напрям увійшов до списку найбільш популярних послуг у сфері мистецтва і управління активами заможних осіб. Зокрема, 60% опитаних колекціонерів, порівняно з 45% в 2017 р., повідомили, що ця послуга буде для них однією з найбільш актуальних. З другого боку, відзначають автори дослідження, про пріоритетність кредитування під заставу витворів мистецтва в найближчий рік заявило лише 16% респондентів з європейських банків. «Однією з причин такої різниці, мабуть, є відсутність належної правової бази в Європі, де концепція предметів мистецтва як одного з видів інвестиційних активів поширена менше, ніж в США. Щобільше, в Європі нема єдиної системи реєстрації платежів за особисте рухоме майно, тоді як в США використовується Єдиний торговий кодекс (УСС). У кожній з європейських країн існує власна система, проте багато з таких систем не підходить для реєстрації угод кредитування під заставу предметів мистецтва в XXI ст.», – говорить пан ди Торчелло. Згідно зі звітом «Делойта», це забезпечує США домінуючі позиції на світовому ринку кредитування під заставу витворів мистецтва з часткою близько 90%<sup>418</sup>.

Звичайно, стрибок цін можливий тільки, якщо мова йде про хороше, справжнє сучасне мистецтво. Якість мистецтва підтверджується тільки серйозними арткритиками, кураторами музеїв, експертами визнаних аукціонних будинків. Для початківця, але серйозного колекціонера з великими планами, з бажанням розібратися в мистецтві, навчитися його розуміти і відчувати, найголовніше – це знайти хорошого консультанта. Однак це не може бути просто власник якоїсь галереї або штатний галерейний мистецтвознавець. Адже працівник або власник галереї – усього лише торговець, який завжди буде зацікавлений у нав'язуванні саме тих художників, яких представляє його заклад, а ціна там завжди на 50-70% вища за реальну. Консультант має бути незалежний і об'єктивний. Але найголовніше – це має бути широко освічена людина, яка добре знає світове мистецтво.

<sup>418</sup> Інвестиции в произведения искусства актуальны как никогда. *Экономика и жизнь*. 17.10.2019. URL: <https://www.eg-online.ru/article/408946/>

Оптимальна колекція сучасного мистецтва, як і будь-яка інвестиція, передбачає диверсифіковану структуру: отримується кілька картин у найбільш перспективних художників, паралельно здійснюється вигідне цільове інвестування в одного-двох «улюблених» майстрів. Здійснюється велика оптова закупівля за ексклюзивними цінами, що вже вигідне саме по собі: так покупець відразу отримує значну знижку – від 25% до 50% від реальної вартості на ринку. Придбавши великий пакет картин одного художника, колекціонер тим самим дає йому можливість підняти і «тримати» ціни в кілька разів вище колишніх, тобто цільове інвестування підвищує ціни на ринку відразу. Як показує світова практика, подібне цільове інвестування обов'язково приносить свої фінансові плоди. Наприклад, подібна схема була випробувана в США в 50-х роках, коли кілька художників-абстракціоністів – Джексон Поллок, Марк Ротко, Віллем де Кунінг та інші – були взяті на повне утримання інвестиційним фондом майже на 10 років. Вони займалися тільки творчістю, віддаючи щороку певну кількість картин до фонду. Уже в 1970-1980 рр. ціни на їхні твори злетіли до декількох десятків мільйонів доларів за одну картину<sup>419</sup>.

Заслужують на увагу абсолютно нові підходи до колекціонування, наприклад інвестування у складчину. Так, такий підхід відомий, але раніше його ніхто не застосовував для купівлі картин. У Лондоні існує галерея My Art Invest, яка створена спеціально для тих, хто не може або не хоче купувати оригінали картин з надвисокими цінами. У цій невеликій галереї кожен може вкласти від 5 до 200 фунтів стерлінгів (і вище) в будь-яку картину. Як тільки ця картина буде продана, ваша частка прийде до вас. Зрозуміло, ви можете придбати відразу всю картину цілком і чекати, коли її перепродадуть, або ж вкластися у багато творів відомих художників і чекати, поки кожна з них не принесе вам приємний дохід.

---

**Для прикладу.** Під час аналізу статистики аукціонних продажів KAWS (художник Браян Доннеллі) розглянемо результати аукціонних торгів за участю його робіт. Зокрема, колекціонери мають звернути увагу на таке: (1) продажі на аукціонному (вторинному) ринку почалися в тому ж році, коли художником зайнялася галерея Perrotin: у інших випадках це викликало б підозру у змові дилерів і аукціонних будинків, проте подальші аукціонні продажі KAWS підтвердили наявність попиту

---

<sup>419</sup> Щербаківа М., Клименко А. По миру разошлось уже в пять раз больше картин Айвазовского, чем он написал при жизни. *ЛБ*. 15.06.2010. URL: [https://lb.ua/culture/2010/06/15/49645\\_aleksandr\\_klimenko\\_po\\_miru\\_raz.html](https://lb.ua/culture/2010/06/15/49645_aleksandr_klimenko_po_miru_raz.html)

з боку реальних покупців; (2) найвищі ціни належать живопису художника (точніше, оригінальним живописним роботам на полотнах); і хоча живопис не найбільш впізнаваний формат у творчості KAWS, проте саме він був представлений на його найбільш резонансних музейних виставках; (3) для успішних повторних продажів робіт художника, як представника сучасного мистецтва, характерний недовгий період володіння – до п'яти років. Водночас найкращі показники мають роботи з хорошим провенансом, що раніше побували у відомих приватних колекціях. Тобто тактика «купити і швидко перепродати» працює не в 100% випадків; (3) найкращі місця для продажу робіт KAWS – регіони з максимальною кількістю відкритих виставок: США (Нью-Йорк) і Азія (Гонконг). Для придбання роботи на відкритому ринку варто звернути увагу на аукціонні будинки другого-третього ешелону (той же SBI Art Auction в Токіо); (4) за статистикою, до 50% сучасних художників з агресивною маркетинговою політикою не переживають економічну рецесію, що триває більше одного року. З цієї точки зору KAWS – один з найбільш захищених авторів, що встиг стати символом пандемії COVID-19 і успішно перейшов до цифрового формату робіт; (5) на жаль, для багатьох, хто хотів би швидко запрацювати на дилерській роботі з KAWS найближчим часом, подальші кілька років не кращий для цього період. Як правило, доступний до продажу обіговий фонд сучасних художників, чий аукціонні рекорди перевищують 10 млн дол. США (як це сталося з KAWS в 2019 р.), різко розширюється на наддорогий ціновий сегмент і відносно дешеві роботи для масового ринку. Вартість перших зростає повільно, але стабільно. Тобто ризик тих, хто встиг купити праці Браяна Доннеллі до початку карантину (особливо це стосується серій 2010 рр.), найімовірніше, виявиться виправданий і вкладання окупляться. А останнім залишається уважно стежити за тематичними лімітованими серіями, які створюватиме KAWS найближчим часом, взаємовідносинами художника з його новою галереєю Skarstedt (зокрема, чи управляє вона його кар'єрою або це KAWS віднині управляє галереєю). А тим часом слід паралельно звертати увагу на молоді імена, які розпочинають свій шлях сходами артринку. Вони укладають контракти з галереями, активно використовують нові ринки і технології та працюють з нетиповою для художнього середовища аудиторією. Серед них є ще багато KAWS'ів, повірте<sup>420</sup>.

<sup>420</sup> Белькевич Д. KAWS в красках и цифрах. *ARTinvestment.RU*. 14.05.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytcs/20200514\\_kaws2.html](https://artinvestment.ru/invest/analytcs/20200514_kaws2.html)

Заслужують на увагу пропозиції<sup>421</sup>, у яких автори на основі систематизації підходів до оцінки вартості предметів мистецтва, інвестиційної якості, рекомендують оцінювати рівень фінансово-економічної безпеки інвестиційних стратегій на ринку артіндустрії із застосуванням багатокритеріального підходу, що дає змогу визначити комплексний фінансово-економічний показник шляхом здійснення багаторівневої інтеграції, яка дозволяє синтезувати сукупність неформалізованих і формалізованих параметрів, а саме: 1) параметри, що характеризують ризикованість зовнішнього середовища здійснення інвестиційної діяльності на рівні: – оцінки інвестиційного клімату в країні; – оцінки інвестиційної привабливості ринку артіндустрії; 2) параметри, що характеризують ризикованість внутрішнього середовища, включаючи: – компоненти інвестиційної привабливості артоб'єкта; – компоненти активності художника; – компоненти оцінки вартості артоб'єкта.

#### 6.4. Ринок антикваріату

Традиційно вважається, що володіння витворами мистецтва створює специфічну корисність, виражену в духовній потребі. Однак з економічної точки зору цікаво простежити зміну ціни твору, що згодом став антикварним. «*Антикваріат*» (лат. «*antiquus*», у перекладі – «старий») – художньо-історичний термін, що вживається для опису різних категорій старовинних речей; це старі, рідкісні художні твори, інші цінні речі, які є об'єктом торгівлі і збирання. У судженнях експертів, антикварів, оцінювачів, колекціонерів щодо того, що коректно вважати антикваріатом, зазвичай акцентована увага на: віці речей; їх рідкості і унікальності («на сьогодні це, мабуть, єдиний екземпляр», що зберігся); несерійності, пов'язаності з конкретними історичними епохами, подіями, особами; особливій складності скопіювати оригінал («автор давно помер і поніс з собою секрет виробництва»); залежності від попиту («приймаємо на комісію все, що викликає зацікавленість»).

Життя будь-якої речі розпочинається з суто утилітарного контексту – вона відповідає функціональним і естетичним запитам часу. Проте закінчується епоха, народжуються нові художні течії, приходить інша мода, з'являються новації технологічного розвитку, і річ втрачає

---

<sup>421</sup> Момот Т. В., Момот Д. Т. Оцінка рівня фінансово-економічної безпеки інвестиційних стратегій на ринку арт-індустрії. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2018. №1. С. 70-78.

свій первинний контекст використання – утилітарний. Відбувається трансформація споживчої цінності, етап девальвації витвору мистецтва, коли старі предмети стають негарними, нестильними, нефункціональними. Наступний етап життя речі розпочинається з переваги нового контексту – символічного, коли річ починає виконувати функцію епохи, підтримки пам'яті та традицій. Отже, антикварний ринок стає головним посередником у процесі трансформації споживчої цінності витвору мистецтва.

Нерідко на практиці спостерігається така ситуація, коли з точки зору логіки деяких громадян – заплативши за фальшиву річ кілька тисяч доларів США або євро, вони сподіваються рано чи пізно збути підробки. Адже антикваріат – це не стільки легальний і «тінювий» ринок, скільки тонка гра, витончена експлуатація людських почуттів (емоцій, переживань), як позитивних (ностальгія за минулим та ін.), так і негативних (марносластво, користь, чванливість і т.ін.). Тому трапляється ситуація, що у тих же інвесторів у колекції живопису опиняється немало сумнівних (з точки зору загальноприйнятої моралі), але допустимих (з точки зору маркетингу) хитрощів, щоб зробити особливо прибутковим свій бізнес, а заразом підняти в ціні картини невідомих або мало відомих художників. Наприклад, розповсюдженою є така схема: у заможного приватного власника картинної галереї є десяток відповідних полотен. Кілька з них він прописує в каталозі популярного аукціону. Потім під час торгів через агента купує, заздалегідь підвищивши ціну. Наступний хід – організувати публікацію в пресі про те, що така-то картина була продана за такою-то ціною. Третій хід: власник «дарує» картину цього автора муніципалітету або політичній партії, що, відповідно, теж супроводжується публікаціями в пресі, і ось вже на третіх торгах його картини розбирають миттєво. Та все ж, попри описане вище, антикваріат вважається одним з найбільш вигідних вкладень: ринок досить розвинений, основні правила гри на ньому визначені. До того ж у покупця існує впевненість: придбана річ не знеціниться, що легко може статися з предметом сучасного мистецтва<sup>422</sup>.

Антикварні цінності і полотна старих майстрів підходять для довгострокових вкладень. За даними міжнародного каталогу мистецтва Hislops 2003 Price Guide, за період з 1997 р. по 2002 р. вартість деяких творів зросла на 700%. Навіть якщо іноді шедеври з'являються на

<sup>422</sup> Інвестиції в живопис – прибуток для терплячих. *Магазин Антиквар*. 2020. URL: [https://antykvar.com.ua/pub/Investytzii\\_v\\_antykvariat\\_prybutok\\_dlya\\_terplyachyh.html](https://antykvar.com.ua/pub/Investytzii_v_antykvariat_prybutok_dlya_terplyachyh.html)

ринку, то коштують величезних грошей: наприклад, стартова ціна картини Н. Реріха на аукціоні «Гелос» складала понад 30 тис. дол. США. Водночас експерти часто не можуть гарантувати достовірність твору. Тому інвесторові-початківцю, найімовірніше, доведеться зайнятися чимось менш цінним. Наприклад, антикварними банківськими акціями. Приватні особи особливо часто прагнуть придбати старовинні предмети, коли інші інструменти інвестицій вже не дають високих доходів. Саме у такий час, як вважають антиквари, людям подобається вкладати гроші в те, до чого вони можуть доторкнутись руками. Як вважають дилери і власники антикварних галерей, останнім часом стали набагато грамотнішими не лише продавці, але і покупці: вони не ризикують купувати речі, достовірність яких не підтверджена. Єдиний спосіб уникнути підробок – уважно перевіряти документи на предмети і користуватися послугами консультанта. Антикваріат колекційного рівня завжди продається з сертифікатом – експертним висновком фахівців. До того ж усі салони, антикварні галереї і аукціонні будинки мають власних консультантів. Більшість експертів – колишні або теперішні музейні працівники. Як правило, вони спеціалізуються на конкретному напрямі живопису, виробах з металу і т.ін.

---

**Полотно флорентійського художника XIII ст. Чімабуе, яке нещодавно знайшли на кухні жительки Франції, продали за 26,6 млн дол. США.** До початку аукціону його вартість експерти оцінювали у понад 6 млн дол. США – саме з цієї суми починались торги. Аукціонна фірма Asteon повідомила, що полотно придбав покупець з Франції, який побажав не розкривати своє ім'я. 26,6 млн дол. США – це новий рекорд для витворів середньовічного мистецтва, що коли-небудь продавалася на аукціонах, кажуть представники Asteon. «Коли така рідкісна робота такого унікального художника як Чімабуе з'являється на ринку, варто готуватися до неочікуваних речей», – заявив аукціоніст Домінік ле Коент. Упродовж багатьох років полотно «Осміяння Христа» висіло над кухонною плитою жительки міста Комп'єнь, що на півночі Франції. Картину виявив аукціоніст, який порадив власниці провести експертну оцінку роботи. Сама ж жінка вважала картину звичайною іконою, яка не має великої цінності. Художник Чімабуе народився близько 1240 р. у Флоренції. Його творчість належить до проторенесансу – перехідного етапу від середньовічного живопису до більш реалістичної манери епохи Відродження. Картина «Осміяння Христа» має невеликі розміри – усього 20 на 26 сантиметрів. Дві інші роботи Чімабуе з цієї ж

серії полотен виставлені у Національній галереї в Лондоні і в галереї Frick Collection у Нью-Йорку<sup>423</sup>.

Інвестиції в картини, створені понад п'ятдесят років тому, складають основну частку в загальному обсязі коштів, що вкладаються в антикваріат. Серед факторів, що впливають на вартість антикварного твору живопису, експерти виокремлюють такі:<sup>424</sup>

(1) *Якість оцінюваного зразка* – основний фактор, що впливає на його вартість. Якість картини оцінюють за такими

параметрами, як зміст і закінченість сюжету, компонування елементів полотна, їх промальовування, поєднання кольору і відтінків, техніка виконання і т.ін. Навіть картини видатних художників можуть мати різну вартість, залежно від художнього рівня полотна. На жаль, але і у геніїв траплялися невдачі, і на світ з'являлися недостатньо якісні роботи. Вважається, що найбільш ліквідний твір образотворчого мистецтва має становити собою полотно, написане олією, оскільки живопис вважається більш довговічним. Такі полотна виглядають природно і повільно старіють, їх не треба закривати захисним склом, як, наприклад, малюнки, акварель. Крім того, роботи олією зазвичай мають закінчений і професійний вигляд.

(2) *Кількість картин, створених художником*, що оцінюється, також може позначитися на вартості конкретної картини. Якщо не враховувати можливості авторського копіювання власних робіт (що різко знижує



Чімабуе «Осміяння Христа»

<sup>423</sup> Картину, яка роками висіла на кухні, продали за \$26,6 млн. *Історична правда*. 28.10.2019. URL: <https://www.istpravda.com.ua/short/2019/10/28/156438/>

<sup>424</sup> Інвестиції в антикварні твори живопису. *Stud.com.ua*. 2012. URL: [https://stud.com.ua/47568/investuvannya/investitsiyi\\_antikvarni\\_tvori\\_zhivopisu](https://stud.com.ua/47568/investuvannya/investitsiyi_antikvarni_tvori_zhivopisu)



цінність окремого зразка), як правило, картини плідних художників менш цінні, ніж картини художників, які не відрізнялись великою кількістю створених робіт. Слід, звичайно, враховувати, що з будь-якого правила можуть бути виключення: так, у 2012 р. серед найбільш цінних картин, виставлених на аукціонні торги, виділявся твір норвезького художника Е. Мунка під назвою «Крик». Відомо, що Е. Мунк створив чотири версії цієї картини, виконані олією і пастеллю. І саме виконана пастеллю версія цієї картини була виставлена на аукціон її власником – норвезьким мільярдером П. Олсеном за початковою ціною 80 млн дол. США. Іншим прикладом може бути картина французького художника-імпресіоніста П. Сезанна «Гравці в карти»: художник у цій серії написав п'ять схожих робіт. Чотири з них перебувають у музеях, а п'ятий варіант у березні 2012 р. був придбаний королівською родиною Катару за 250 млн дол. США, що є абсолютним рекордом серед усіх проданих картин.

(3) *Ім'я художника* є визначальним фактором цінності картини. Перелік художників, чії картини користуються підвищеним попитом у колекціонерів, не настільки великий. Безумовно, популярні живописні полотна класиків, імпресіоністів XIX ст. Однак і твори «розкрученого» сучасного автора можуть оцінюватися досить дорого, значно дорожче за картини не менш талановитих, але недостатньо відомих художників. Можливість подальшого просування імені мало відомого художника дозволяє заробляти великі доходи за рахунок придбання дешевих картин незнайомого широкій публіці автора з подальшим продажем їх за істотно вищою ціною, коли автор стає модним.

(4) *Сюжет картини* може істотно впливати на її ціну. Бажано, щоб витвір мистецтва добре підходив для оформлювальних цілей. Це означає, що на ньому (за можливості) має бути зображений пейзаж або натюрморт. Якщо картина сюжетна, то краще, щоб сюжет був нейтральним. Зображення людей використовуються в оформленні рідше. Виняток становлять портрети відомих особистостей (письменників, поетів) і автопортрети художників. Такі роботи користуються попитом у колекціонерів. Бажано, щоб робота мала позитивний або нейтральний характер композиції. Депресивні приклади дійсності в житті покупців і так не рідкість. А картину отримують для того, щоб вона приносила радість чи пробуджувала ностальгічні нотки. (Слід зазначити, що і цей критерій не є абсолютним: згадана вище картина Е. Мунка «Крик» зображує зневірену людину, що кричить від жаху. Тобто сюжет картини депресивний, зображує невідому людину, тим не менше картина цінується колекціонерами, готовими платити за неї десятки мільйонів доларів).



**Едвард Мунк, «Крик»**  
*Картина написана 1893 р.*  
*Картон, масло, темпера, пастель*  
*Розмір: 91×73,5 см*

5. *Интерес до картини з боку картинних галерей* робить значний вплив на вартість антикварного живопису. Особливо в тих випадках, коли оцінюваний твір необхідний галереї для створення або завершення якоїсь колекції.

6. *Популярність картини* – якщо оцінюваний зразок був об'єктом дослідження вчених, виставлявся у відомих картинних галереях або музеях, то його цінність може різко зрости.

7. *Історія картини* дуже важлива для її оцінки: якщо вона була частиною відомої музейної або приватної колекції, висіла в будинку знаменитих людей, то вартість картини може істотно підвищитись.

8. *Стан картини* – найважливіший фактор її вартості. Основним він стає в тих випадках, коли на ринку з'являються кілька однорідних робіт різних авторів – навіть невеликі пошкодження полотна, неякісна реставрація різко знижують вартість полотна. Слід мати на увазі, що

серйозні колекціонери, зокрема музеї, воліють купувати тільки картини, що перебувають у бездоганному стані.

---

Подібно до того як бекграунд художника впливає на сприйняття його особистості і творчості, бекграунд конкретного твору мистецтва впливає на його рецензію: у чийй колекції він побував, де виставлявся, через руки яких артдилерів пройшов.. Якщо твір мистецтва, який ви купуєте, раніше був у знаменитій приватній колекції, це підвищить ціну, адже, побувавши у відомому зібранні, картина немовби отримує «найвище схвалення», і за її провенанс відтепер можна не побоюватися. Сезанн з колекції Меллона буде коштувати дорожче, ніж та ж картина зі зібрання колекціонера, який побажав залишитись невідомим. Подібним чином імена деяких колишніх власників картини можуть викликати у колекціонера виправдану тривогу. Наприклад, як було встановлено в результаті розслідування, деякі артдилери торгували предметами мистецтва, викраденими під час Другої світової війни. Якщо не вдасться довести, що картина не була вкрадена зі зібрання колекціонера-єврея, і якщо вона побувала в руках у одного з цих сумнівних ділків, вартість її значно знизиться. Можливо, її не вдасться продати зовсім. Тобто ім'я рейхсмаршала Герінга в списку колишніх власників далеко не завжди допоможе вам продати картину, навіть якщо він придбав її абсолютно законно<sup>425</sup>.

---

Ситуація на світовому ринку антикварного живопису характеризується достатнім динамізмом, появою нових напрямів у живописі, що й визначає вартість картин під час проведення аукціонних торгів. Будь-якому торговцю живописом старих майстрів відомо, що світські сюжети, популярні у північноєвропейських художників, продаються краще, ніж релігійні картини Південної Європи. Проте сьогодні шокуючі і криваві сцени на полотнах пізнього іспанського Відродження, які колекціонери колись обходили стороною, залучають до цього типу живопису все більше поціновувачів мистецтва модернізму і сучасного мистецтва, вважає лондонський дилер Дерек Джонс. За словами Хорхе Колла і Ніколаса Кортеса з мадридської галереї Coll & Cortés, яка нещодавно об'єдналася з лондонською фірмою Colnaghi, історія якої налічує 255 років, основними колекціонерами в цьому сегменті є музеї Іспанії і США, але водночас ринок здебільшого є за межами Іспанії. Ель Греко, Веласкес і Гойя тут незаперечні лідери, тому їх роботи

<sup>425</sup> Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. *Litportal*. 2016. URL: <https://litportal.ru/avtory/filip-huk/kniga-zavtrak-u-sotheby-s-mir-iskusstva-ot-a-do-ya-265337.html>

рідко виставляються на продаж. Так, у 2013 р. епохальна для ринку операція з продажу картини Ель Греко «Молитва святого Домініка» (близько 1605 р.) за 9,1 млн євро на лондонському Sotheby's поставила аукціонний рекорд для робіт іспанських старих майстрів. Крім того, на міжнародному рівні користуються попитом роботи Сурбарана, Рібери, Мелендеса, Моралеса і Мурильо<sup>426</sup>.

Звичайно, встановлення вартості антикварної речі для недосвідченої людини – це досить складний процес. (Слід зазначити, що існує так звана піраміда ринкових цін щодо творчого продукту, яка поширюється на випускні роботи шкіл). Вартісна оцінка антикварних робіт формується визнанням критиків, просуванням творчості майстра на ринку мистецтв.

Таким чином, спостерігається природний хід речей на ринку живопису. Однак існують багато нюансів, які впливають на цей процес: товар має власну історію створення; автор здивував новаторськими здібностями; участь у світових проєктах супроводжується оцінкою критиків; техніка створення; частота проведення виставок, публікація в каталогах і журналах; якість виконання; наявність біографії автора; пристрасть покупців до певної категорії. Окрім того, аукціони мають властивість впливати на ціни шляхом виставки на продаж, де збираються поціновувачі. Ціна зростає при ранній наявності 5-10 робіт автора. Будь-які торги з подібними предметами мистецтва супроводжуються громадським резонансом, а покупці у всі часи не примушують себе довго чекати. На артринку єдиним способом переведення обраного твору в категорію антикваріату є встановлення на нього показової ціни, що стратегічно і здійснюється під час першого продажу; надалі ціна хвилеподібно зростає з кожною новою угодою. Важливим є той факт, і вже класичним є приклад зі зростанням цін на роботи майстра, що помер: художник вже нікому нічого довести не зможе, проте ціни на його роботи можуть підтвердити або спростувати статус генія, як це часто трапляється, невизнаного за життя.

Підтвердженням помірного зворотного зв'язку між первинною ціною продажу і річною ефективною ставкою дохідності є таке трактування: безумовно, предмети антикваріату приносять власникам дохід практично в усіх випадках; одночасно цей дохід якісно не порівнянний з прибутком, який з'являється (проте не в усіх випадках) при вкладанні на ранніх етапах коштів в роботи художника, що став

<sup>426</sup> Главные тренды мирового антикварного рынка в 2016 году. *The art newspaper*. 21.04.2016. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/2941>

знаменитим. Також логічно стверджувати, що трансакційні витрати на торгах з антикваріатом мають бути спочатку вищі: позначається вік твору, що вимагає особливих умов зберігання або навіть реставрації, зростає ризик відкриття заплямованої історії володіння ним і т.ін. Коефіцієнти кореляції за другим чинником, періодом володіння, заперечують апріорні гіпотези не стільки наявністю від'ємних знаків, скільки своїми малими числовими значеннями. З цього виходить, що вражаючі перепродажі предметів мистецтва, відкладені на кілька десятиліть, є лише одиничними спостереженнями в цій сукупності, тоді як більшість власників художніх цінностей не готова зважитися на такий термін очікування<sup>427</sup>.

Загалом тенденція полягає в тому, що нестабільність розвитку економіки, перманентні фінансові кризи роблять сьогодні антикваріат найпривабливішим засобом збереження і примноження капіталів. Знецінюються акції, завмирає ринок нерухомості, і тільки вартість старовини неухильно та стрімко зростає (наприклад, від 100% у 1998 р. до 1500% у 2008 р.). Окрім того, ринку антикваріату ніколи не загрожуватиме надлишок – справжніх шедеврів завжди бракує, а от колекціонерів прибуває: арабські шейхи, африканські диктатори, українські олігархи. Як стверджують фахівці, саме завдяки новим гравцям обсяг світового антикварного ринку в 2007 р. сягнув 43 млрд дол. США. На цьому ринку 41% – живопис, графіка та скульптура, 17 – живі артефакти й предмети інтер'єру, 15 – ювелірні вироби, 8 – раритетні автівки, 19% – інше (рукописи, предмети релігійних культів, нумізматики, музичні інструменти тощо).

Якщо ж звернутися до законодавства України, то у Правилах торгівлі антикварними речами, що затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства культури і мистецтв України від 29 грудня 2001 р. №322/795 визначення антикварних речей таке: антикварні речі – це культурні цінності як об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення, підлягають збереженню, відтворенню, охороні та створені понад 50 років тому<sup>428</sup>. А вже

<sup>427</sup> Кольчева В. А. Статистический анализ распределения цен на произведения искусства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2016. Вып. 1. С. 42-55.

<sup>428</sup> Про затвердження Правил торгівлі антикварними речами. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства культури і мистецтв України від 29.12.2001 р. № 322/795. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/REG6346.htm](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG6346.htm)

згідно з поясненням до УКТЗЕД, затвердженого наказом Міндоходів від 14.01.14 р. №15 «Про затвердження пояснень до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності» до розділу XXI «Твори мистецтва, предмети колекціонування та антикваріат» у групі 97 «Твори мистецтва, предмети колекціонування та антикваріат» до антикваріату належать вироби віком понад 100 років. (До речі, не менш 100 років має бути антикварному предмету в Англії. У США, щоб його вважали антикваріатом, предмет має бути виготовлений до 1830 р., у Канаді – до 1847 р.).

Антикваріат – особлива форма товару, який у процесі свого фізичного старіння набуває характеру унікального, що модифікує його первісну споживчу вартість і збільшує мінову вартість. Наведене визначення дозволяє розглядати економічну сутність більшості предметів матеріальної культури як потенційних об'єктів антикварного ринку, якими вони можуть стати через певний час у випадку набуття ними ознак рідкого та унікального за своїми споживчими характеристиками блага<sup>429</sup>. Щодо визначення терміна ринку антикваріату, то В. Є. Швець пропонує під ринком антикваріату розуміти ту частину ринку, на якій предметами купівлі-продажу є речі, що пройшли повний життєвий цикл, уціліли, але «морально» застаріли, тобто їх місце зайняли об'єкти сучасного виробництва. При чому такими об'єктами можуть бути предмети мистецтва (картини, скульптури, прикраси), предмети широкого вжитку (меблі, автомобілі, зброя, одяг); засоби обігу (гроші, цінні папери, векселі), знаки атрибутики (автографи, нагороди, печатки). Тобто об'єкти антикварного ринку можуть мати яке завгодно несподіване джерело походження, не залежно від їх функціональної чи галузевої приналежності<sup>430</sup>.

За даними експертів, ринок антикваріату (на 2018 р.) повільно починав виходити з кризи, спричиненої нестабільною економічною ситуацією минулих років. Більшість інтересу припадало на речі низького цінового діапазону. Ціни трохи нижчі, порівняно з минулими роками. Але останнім часом (до кризи 2020 р.) якраз навпаки, можна сказати, що інтерес відновлювався: багато людей цікавилися графікою, але більшість зосереджувалась на дешевих роботах. Ціна, як і

<sup>429</sup> Чорнобаєв В. В. Особливості ринку антикваріату в Україні. *Економічний вісник*. 2016. №2. С. 34-41.

<sup>430</sup> Швець В. Є., Демків Х. С. Діяльність суб'єктів на ринку антикваріату в Україні як об'єкт економічного аналізу. *Економічний аналіз*: зб. наук. пр. 2014. Т. 18. № 1. С. 107-113.



попередньо, формується цінністю роботи, іменем художника і рідкістю. Попереднє зниження цін негативно відобразилося на спекулятивній складовій антикварного ринку, проте це не завдало відчутної шкоди інтересу власне колекціонерів.

Загалом внутрішній попит антикварного ринку України, за визнанням колекціонерів, поки не дозволяє сформувати продавцям бажану ціну через низьку купівельну спроможність. Експерти вважають, що український антикварний ринок є дешевшим за європейський приблизно наполовину. Крім колекціонерів, котрі постійно цікавляться новинками, на цей ринок вийшла нова хвиля збирачів. Що стосується предметів антикваріату, то на сучасному українському ринку є практично усе, однак, за оцінками фахівців, найбільш широко представлені живопис, посуд, книги та меблі. Причому більшість предметів належать до XIX-XX ст., речі XVIII ст. з'являються дуже рідко. З живопису на антикварному ринку особливо багато картин XIX-XX ст. В. В. Чорнобаєв стверджує, що інформація про сучасний стан на ринку антикваріату, його падіння або навпаки зростання є одним з важливих інституціональних факторів, за допомогою якого можна оцінити динаміку добробуту суспільства. Щобільше, за одних умов загальна стабільність цін є індикатором стабільності або зростання економіки країни загалом, а за інших – зростання цін на предмети антикваріату може бути характеристикою недовіри інвесторів до інших фінансових інструментів, за допомогою котрих можна зберегти накопичені заощадження<sup>431</sup>.

Український ринок антикваріату хоча й прибутковий, але й досі працює винятково на перспективу. На заваді йому стоїть наше законодавство. При ввезенні антикварних речей потрібно заплатити 25% їхньої вартості. Для порівняння: у європейських країнах і США це мито не перевищує 10%. З вивезенням у нас ще гірше: заборона розповсюджується на будь-яку культурну цінність віком понад 50 років<sup>432</sup>. Отже, питання полягає в тому, що особливості законодавства України ведуть до значного подорожчання предметів антикваріату або значного терміну отримання документів на право їх переміщення через митний кордон за необхідності вивезення за територію України.

Для порівняння проаналізуємо ринок мистецтва і антикваріату Китаю в останні роки. Так, Artnet і Китайська асоціація аукціоністів

<sup>431</sup> Чорнобаєв В. В. Особливості ринку антикваріату в Україні. *Економічний вісник*. 2016. №2. С. 34-41.

<sup>432</sup> Чекан О. Скарби блошиного ринку. *Український тиждень*. 31.10.2008. URL: <https://tyzhden.ua/Publication/4050>



представили щорічний звіт щодо ринку китайських художніх аукціонів, що фокусується на продажах китайського мистецтва і антикваріату в 2019 р. – у межах країни і за кордоном<sup>433</sup>, згідно з яким світовий обсяг аукціонних продажів китайського мистецтва і антикваріату в 2019 р. склав 5,7 млрд дол. США, що на 10% менше за аналогічний період 2018 р. і найнижчий показник з 2010 р. Ринок китайського мистецтва і антикваріату за межами материкового Китаю скоротився на 9%, при цьому продажі в США знизилися на 6%, у решті Азії – на 11%; на аукціонні будинки Європи припадало 29% продажів усього китайського мистецтва та антикваріату, а США – 32%; ринок Гонконгу, зокрема, скоротився в обсязі продажів до 1,3 млрд дол. США – мінімуму за останні 7 років, або мінус 10%, порівняно з 2018 р. Водночас частка проданих лотів китайського мистецтва і антикваріату в Азії (за винятком материкового Китаю), навпаки, збільшилася до 67,5%, що є найвищим показником з 2012 р. Кількість виставлених на публічні торги лотів китайського мистецтва і антикваріату знизилася на 2%, а обсяг продажів – на 1%, порівняно з 2018 р. Зокрема, середня ціна за продану роботу досягла 7-річного мінімуму і склала 15,3 тис. дол. США. Загалом світовий ринок китайського мистецтва і антикваріату все більше концентрується на нижньому ціновому сегменті: 96% лотів у 2019 р. були продані за ціною нижче 500 тис. ієн (720 тис. дол. США). Зазначене підтверджує описану нами раніше тенденцію щодо уповільнення темпів розвитку художнього ринку ще перед початком економічної кризи, викликаній пандемією.

Таким чином, ринок антикваріату становить собою систему товарного обігу творів мистецтва, засіб розповсюдження та перерозподілу культурних цінностей у суспільстві, що дозволяє збільшити вкладений капітал за певних умов у кілька разів і за відносно короткий період часу. Отже, це є більш вигідна довгострокова інвестиція, ніж банківський депозит, і менш ризикова, ніж фондовий ринок.

Антикваріат уже давно перетворюється на уособлення історії, а в деяких випадках – унікальності, а сучасні тенденції розвитку мистецтва дозволяють гармонійно вписати антикварні речі в інтер'єр, збагативши його. Антикварні галереї сьогодні – це не магазин старовинних речей, а освітній і дослідницький центр і реставраційні майстерні, де постійно відкриваються нові імена і невідомі факти про творчість прославлених художників.

<sup>433</sup> Global Chinese Art Auction Market Report 2019. *Cn.artnet.com*. URL: <https://cn.artnet.com/en/chinese-art-auction-market-report/>

Щодо перспектив розвитку цього напрямку в Україні, то слід зазначити послаблення попиту на антикварні товари, що обумовлено економічною ситуацією в країні, недовірою до постачальників товару, які досить часто можуть запропонувати замість якісного товару підробку.

У цьому контексті, для впевненості в автентичності своєї покупки, експерти пропонують звертатися до дилера і переконатися, що він є членом однієї з відомих професійних асоціацій, у Великобританії, наприклад, такими є Асоціація британських дилерів (Bada) або Асоціація дилерів творів мистецтва та антикваріату (Lapada). Проте, особливо зараз, в умовах пандемії коронавірусу на тлі нестабільності світових фондових ринків у всьому світі спостерігається бум нетрадиційних форм інвестиційної активності, серед яких вкладення в антикваріат.

Сьогодні антикварний ринок є досить багатоаспектним, хоча все частіше люди купують товари через Інтернет. Проте аналіз структури цього ринку вказує на складність цього процесу, що пояснюється наявністю багаторівневої системи антикварного ринку і багатофункціональністю його складових. Тому комплексний аналіз ринку антикваріату потрібно проводити з позицій економіки і мистецтвознавства.

---

**Розділ 7.**  
**Ринок мистецтва в Україні**





## 7.1. Сучасне мистецтво України в контексті міжнародного визнання

Мистецтво як складова культури становить собою яскраве та багатогранне явище та займає вагоме місце в системі світоглядних координат становлення та розвитку України, що відображається у величезній кількості наукових досліджень і мистецьких практик. Звичайно, описувати сферу мистецтва ми не будемо, для цього є мистецтвознавці, проте зупинитися на характеристичі деяких етапів його розвитку, особливо пов'язаних зі становленням нашої держави як незалежної, що обрала курс на сповідування принципів і цінностей європейської цивілізації, вважаємо за необхідне для того, щоб усвідомити основні аспекти феномена мистецтва як об'єкта нашого дослідження.

Зазначимо, що під час дослідження ми спиралися на фундаментальні праці О. К. Федорука<sup>434</sup>, Г. Я. Склярєнко<sup>435</sup>, В. Сидорєнка<sup>436</sup>. Серед вагомих досліджень, присвячених образотворчому мистецтву різних періодів, нашу увагу привернула «Історія українського мистецтва» в 6-ти томах за редакцією В. І. Касіяна<sup>437</sup>, а розуміння сучасної феноменологічної герменевтики в Україні з початку 2000 рр. і до сьогодні ми усвідомили з академічних робіт філософів В. І. Кебуладзе, М. А. Мінакова. Питання оновлення художньої мови образотворення у своїх працях досліджують Н. Авер'янова, М. Протас, О. Авраменко; розвиток актуальних мистецьких напрямів розглядають О. Голубець, О. Чепелик, Н. Мархайчук; регіональні школи аналізують у своїх наукових працях Л. Савицька, О. Голубець, С. Рибалко, Г. Стельмашук, Р. Яців та ін. Хрестоматійним є енциклопедичне видання «Українська теоретична думка ХХ см. Антологія. Ідеї, смисли, інтерпретації образотворчого мистецтва» у трьох томах, упорядником якого є Р. М. Яців. Важливою для нас є монографія українського куратора і художнього критика Аліси Ложкіної «Перманентна революція.

<sup>434</sup> Федорук О., Возіянова І. Український живопис ХХ – початку ХХІ ст. з колекції Національного художнього музею України. Хмельницький: Галерея; Київ: Артанія Нова, 2006.

<sup>435</sup> Склярєнко Г. Я. Українська Нова хвиля. Живопис, фото, відео другої половини 80-х – поч. 90-х років. *Національний художній музей України*. 2009. URL: <http://prostir.museum.ua/post/28500>

<sup>436</sup> Сидорєнко В. Візуальне мистецтво від авангардних зрушень до новітніх спрямувань. Розвиток візуального мистецтва України ХХ–ХХІ століття. Київ : ВХ [студіо], 2008. 187 с.

<sup>437</sup> Касіян В. І. (ред.) (1967). *Історія українського мистецтва*. Т. 5: Радянське мистецтво 1917-1941 років. Київ: Академія наук УРСР. С. 137-147.

Мистецтво України ХХ – поч. ХХІ ст.»<sup>438</sup>, де представлено системні дослідження українського мистецтва з кінця ХІХ ст. до наших днів. Мистецтву української діаспори присвячено роботи В. Сусак, Г. Стельмашук, Р. Яціва та ін.

Цікавими і пізнавальними в плані формування бази знань є наукові здобутки Інституту проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України (ІПСМ НАМ України) – науково-дослідної установи, що здійснює фундаментальні наукові дослідження у галузі всіх видів сучасного мистецтва, практичні і пошукові студії, спрямовані на розвиток професійного сучасного мистецтва й архітектури, впровадження нових мистецьких технологій і практик, розвитку національної культури; Львівської національної академії мистецтв (ЛНАМ) – державного вищого навчального закладу, який, окрім підготовки фахівців з образотворчого, декоративно-прикладного, монументального та сакрального мистецтва, дизайну, реставрації, мистецтвознавства, культурології, менеджменту соціокультурної діяльності, здійснює науково-дослідницьку роботу (серед НДР останніх років – виконання фундаментального проєкту «Артефакти українського модерну у вітчизняних і зарубіжних художніх центрах: генеза, стиль, національні особливості», спрямованого на системне дослідження феномену українського модерну як національного художнього стилю, що охопив різні види і жанри мистецтва, визначення його ролі і місця в міжнародному «сецесійному русі» початку ХХ ст. через широкомасштабний аналіз пам'яток у вітчизняних художніх центрах, насамперед Києва, Львова, Харкова, Полтави, Чернівців, Івано-Франківська та ін.; проєкт «Дослідження феномену художнього дерева Закарпаття: європейський контекст та регіональні особливості»; прикладне дослідженням «Освітньо-науковий цифровий ресурс художньої культури і мистецтва України: від Середньовіччя до модерну», результатом якого стало розроблення освітньо-наукового електронного ресурсу з історії української культури та мистецтва.

Ці та багато інших наукових досягнень допомагають усвідомити концепт розвитку українського мистецтва з тим, щоб вже глибше зануритися в дослідження його екосистеми з соціально-економічної точки зору.

Узагальнення показують, що дослідники різних галузей і напрямів науки, практично одноставно відзначають особливості та значення

<sup>438</sup> Ложкіна А. Перманентна революція. Мистецтво України ХХ – поч. ХХІ ст. К. ArtHuss, 2019. 496 с.

українського мистецтва в суспільному розвитку. Як справедливо зазначає Л. Смирна, українське мистецтво, що розвивається у руслі європейських і світових художніх тенденцій, вирізняється своєрідністю творчих інтенцій митців, які апелюють до глибин народної культури, міфології, семантики, національних традицій тощо, створюючи «культурний продукт», модерний за формою художнього виразу і національний за суттю, значенням, цінністю. У цьому контексті мова йде про твори авангардистів К. Малевича, О. Екстер, О. Богомазова, В. Єрмилова, нонконформістів А. Горської, Г. Синиці, Г. Севрук, О. Заливахи, О. Плаксія, К. Звіринського та ін., а також художників, які є представниками актуального мистецтва сьогодні: М. Журавля, П. Бевзи, О. Литвиненка, О. Животкова та ін.<sup>439</sup>. О. Аккаш, з позій феноменології (феноменологія в основному розглядає та вивчає структури свідомості й явища, які в ній відбуваються): «концептуалізація відбувається як законмірний підсумок рефлексії та попереднього дорефлексивного досвіду, що ми і можемо спостерігати на численних прикладах мистецьких живописних і не тільки практик в Україні. ... Не втрачаючи свого концептуального характеру, художня творчість як діяльність і суб'єктно-об'єктний процес набуває перформативного статусу у суспільстві, що є ознакою достатньої зрілості та вагомості. Візуальні художні практики диктують змістове наповнення культуротворчого процесу, і саме це є особливою характеристикою суспільних процесів в Україні. Мистецтво буде фундаментом до створення онтологічних умов суспільного розвитку завдяки теоретично-естетичній рефлексії та експлікації світоглядних настанов у образній невербальній формі. Нелінійний та спонтанний характер художньої творчості визначає розмаїття та багатоваріантність форм становлення культурного буття»<sup>440</sup>.

Сучасним мистецтвом, як ми вже виявили раніше, прийнято називати різні художні течії, що склалися у кінці ХХ ст., де, окрім різновидів реалізму, імпресіонізму, фовізму, які прийшли з ХІХ ст., сформувалось безліч напрямів, які плавно перейшли і на початок ХХІ ст.: постімпресіонізм, постфовізм, різні напрями абстрактного мистецтва, конструктивізм, експресіонізм, сюрреалізм, примітивізм, кітч,

<sup>439</sup> Смирна Л. Модерне, сучасне та новітнє мистецтво як предмет теоретичних досліджень. *Дискурсивний вимір сучасного мистецтва: діалог культур*: зб. тез доповідей наук.-теорет. конф. з міжнар. участю, Київ, 30 листопада 2016 р. К.: ІК НАМ України, 2016. 160 с. С. 130-132.

<sup>440</sup> Аккаш О. Сучасне візуальне українське мистецтво у категоріях теоретичної естетики (феноменологічний аспект). *Сучасне мистецтво*. 2018. Вип. 14. С. 45-52. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/S\\_myst\\_2018\\_14\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_myst_2018_14_6)



концептуалізм і т.ін. Саме з кінця ХХ ст. у мистецтві постмодернізму всі ці напрями стали змішуватись і використовуватись сучасними молодими художниками, які й створювали нове сучасне мистецтво. О. Н. Петрова зазначає, що в Україні воно вийшло з підпільного, «неофіційного» мистецтва СРСР. «Кілька десятиліть існування СРСР і до самого кінця 80-х років ХХ століття в альтернативно-андерграундному мистецтві Україна виглядала пустелею з ледь помітними оазами творчої опозиції соцреалізму і його дозволеним модифікаціям. Українські художники постійно «наїжджали» в Москву, офіційні – для участі в експозиціях «декад дружби», їх опоненти – щоб розчинитися в програмах неформальних московських груп. Тому повною несподіванкою на Всесоюзних виставках 1987-1989-х років виявилось молоде українське мистецтво, яке постало як зухвалий експеримент. Творчість таких художників як Арсен Савадов, Валентин Раєвський, Георгій Сенченко, Юрій Соломко, Олександр Гнилицький, Олег Голосій, Константин Реунов, Олег Тістол та інші московською вимогливою критикою було позначено як «український ренесанс». Представлене ними було маргінальним біля все ще дієвого мейнстріму»<sup>441</sup>.

Особливо слід звернути увагу на розвиток вітчизняного концептуалізму, який своєрідно відображав маловідоме на той час західне сучасне мистецтво. Зокрема, Федір Тетянич будував свої «біотехносфери» – утопічні конструкції для життя людини в космосі, що несла на собі «досвід поразки» авангардистських проєктів і був одним з перших, хто звертався до хепенінгу, виходячи у фантастичних костюмах на вулиці, провокуючи глядачів на співучасть. Загалом концептуалістське коло митців склалося у 1970-1980 рр. в Одесі, що народилося в середовищі живописного андеграунду, спрямованого на «відновлення модернізму» (лідери цього осередку – Леонід Войцехов, Сергій Ануфрієв, Ігор Чацкін та інші – розглядали роль мистецтва як спосіб самореалізації в умовах нормативності радянського суспільства, якому протиставлялася гра, провокація, «художня необов'язковість», розмитість меж художнього твору) та ін. Своєрідність українського гіперреалізму, особливо прив'язаність до живопису, ігровий характер, певна герметичність наративу, схильність до ребусів у дусі Рене Магрітта чи Джорджо де Кіріко, а також синтетизм досвіду (живопис як засіб документації) багато в чому пояснює долю українського сучасного мистецтва у наступні десятиліття.

<sup>441</sup> Петрова О. Н. Украинский опыт радикального искусства. *От бунта к рынку. Международный журнал исследований культуры*. 2011. № 2: Теория искусства и художественное воображение XXI века. С. 55-66.

Осібню представляється львівська школа образотворчого мистецтва. Видатні митці-педагоги Р. Сельський, Р. Турин, І. Севера, О. Шатківський, О. Кульчицька, А. Манастирський, В. Манастирський, Г. Смольський та ін., які отримали мистецьку освіту в академіях Варшави, Відня, Кракова, Мюнхена, Парижа, Праги, Риму, усіляким способом утверджували європоцентризм, зберігали європейську тяглість еволюції мистецтва. Відома знаменита підпільна академія К. Звіринського, з якої вийшли видатні митці А. Бокотей, П. Грицик, П. Маркович, І. Марчук, Л. Медвідь, О. Мінько, Р. Петрук, Б. Сойка, З. Флінта.

Важливим феноменом становлення українського мистецтва справедливо визнається поява української Нової хвилі (відбулося відокремлення української Нової хвилі від російського контексту та наближення до західної традиції, а апелювання до досвіду поп-арту свідчило про появу нового покоління в українському мистецтві). Зокрема, було створено такі творчі угруповання «нової хвилі»: (1) київські організації «Паризька комуна» (1980 рр., О. Голосій, В. Трубіна, О. Гнилицький, В. Цаголов, Ю. Соломко, Л. Вартиванов, О. Клименко, Д. Кавсан та ін.); «Седнівська група» (1980 рр., Г. Вишеславський, А. Сидоренко, С. Панич, К. Ляшев, В. Цаголов, П. Бєвза, О. і С. Животкови, Е. Бельський, Д. Дульфан, А. Криволап, С. Звягінцев, О. Сухоліт та ін.); Центр сучасного мистецтва «Soviart» (1987 р., Г. Вишеславський, О. Гнилицький, П. Керестей, С. Панич, О. Тістол та ін.); «Живописний заповідник» (1992 р., Т. Сільваші, М. Кривенко, А. Криволап, О. Животков, М. Гейко та ін.), «Межа зусиль національного постеклектизму» (1987 р., О. Тістол, В. Реунов, М. Маценко, Я. Бистрова, М. Скугарєва та ін.), та регіональні: (2) харківське творче об'єднання «Панорама» (1987-1991 рр., Б. Михайлов, Р. Пятковка, С. Братков, О. Супрун, Є. Павлов, В. Шапошников), «Літера А» (1992 р., О. Борисов, С. Братков, А. Гладкий, О. Єсюнін, В. Куликов, А. Пічахчи, В. Чумаченко), Харківська організація Спілки художників УРСР під головуванням В. Сидоренка; (3) львівські угруповання «Центр Європи» (перейменоване в подальшому на «Арт-місія – Євроцентр» (1987-1990 рр., Ю. Соколов, П. Сільвестров, В. Богун, І. Барабах, П. Гранкін та ін.), «Три крапки» (1988 р., А. Сагайдаковський, О. Замковський, І. Шульєв, М. Ягода, О. Капустяк), Клуб українських митців (1988 р., Б. Буряк, М. Демцю, В. Москалюк, П. Сипняк), «Дзига» (1993 р., В. Кауфман, Ю. Соколов, В. Бажай, П. Гуменюк, С. Якунін) та «Фонд З. Мазоха, І. Дюріча та І. Подольчака» (1993-

1995 pp.); (4) одеські організації – Центр сучасного мистецтва «ТІРС» (1990-1999 pp., О. Ройтбурд, А. Ганкевич, О. Мігас, І. Гусев та ін.) та «Новий простір» (1992-1994 pp., У. Кільтер, В. Маляренко, Ю. Онух); (5) Івано-франківське бієнале «Імпреза» (1989-1997 pp., В. Мулик, О. Чулков, Я. Яновський та ін.)<sup>442</sup>. Як бачимо, це серйозна «критична маса» новітнього покоління українських художників, багато з яких стали відомими за межами нашої країни і на сьогодні визначають і формують модель художнього ринку (артринку).

О. Баршинова також наголошує<sup>443</sup>, що з моменту оголошення незалежності, коли перед Україною постали питання розбудови самостійної держави, вітчизняне мистецтво також включилося в процес самоідентифікації, прагнучи передати сучасною мовою зміст власної культури. Ретроспектива показує, що цей процес був започаткований ще в роки так званої «перебудови» (з 1985 р.), коли на художню сцену вийшли молоді митці постмодерністського та неомодерністського спрямувань, стали відкриватися архіви, відбуватися презентації художників андеграунду та цілих напрямів, репресованих у 1930 pp. (наприклад, «бойчукізм») – впливовий напрям в українському мистецтві 1910 – початку 1930 pp., названий за прізвиськом його лідера Михайла Бойчука, художника, який виробив власну живописну систему, що спиралася переважно на досвід візантійського монументального та українського народного мистецтва, і мала стати основою для національного мистецтва).

---

*Михайло Бойчук* – центральна фігура в українському мистецтві. У далекому 1907 р. як стипендіат Андрія Шептицького (митрополита Галицького та архієпископа Львівського) він приїхав зі Львова до Парижа, до цього встигнувши повчитися у Відні, Кракові та Мюнхені. У Парижі Бойчук занурився в актуальний художній процес, відвідував академію Рансона, де зацікавився монументальним мистецтвом. У цей період західний модернізм шукає нову мову, запозичуючи його у неєвропейських художніх традицій і народного мистецтва. Прагнучи знайти застосування цієї стратегії до українських реалій, Бойчук знаходить альтернативну точку опори в візантійській традиції,

---

<sup>442</sup> Миронова Т. В. Сакральне, етнофольклорне, нефігуративне: звернення до заборонених тем в українському мистецтві 1990-х – 2000-х років. *Молодий вчений*. 2019. № 2 (66). С. 34-40. С. 35-36.

<sup>443</sup> Баршинова О. Сучасне українське мистецтво: історична пам'ять та світовий контекст. *Korydor*. 10.03.2015. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/stories/suchasne-ukrayinske-mystetstvo.html>



**Михайло Бойчук. Пророк Ілля. 1912 р.**

*Дерево, темпера. Національний музей у Львові імені Андрея Шептицького*

мистецтві Київської Русі та українського народного живопису. Ще одна пристрасть Бойчука – мистецтво проторенесансу: Чімабуе, Джотто. Бойчук – тоталітарний лідер і в певному сенсі «Сократ» українського мистецтва. Він не був плідним художником. Чимало його творів згодом були знищені. Більшість тих, що збереглися, не вражають суто художніми якостями. Натомість Михайло Бойчук як ніхто інший вмів народжувати ідеї, об'єднувати навколо себе однодумців і задавати напрям їх творчості<sup>444</sup>.

Руйнуючи стереотипи, молоде покоління українських художників отримало можливість відображати своє ставлення до ситуації в державі, почали створювати нові практики, протиставляючи себе модернізму, звернулися до нових способів розкриття сюжетів, що привело до виникнення нових жанрів. У цей же час зароджувалися дискусії про сенс мистецтва і способи його вираження, на основі яких формувалася сучасна українська концепція існування художнього середовища. Художники переймалися прагненням надолуження втраченого, необхідності опанувати західний досвід за дуже короткий термін, тому ситуація на той час характеризувалася динамізмом і насиченістю. На думку мистецтвознавців та експертів, в Україні «постмодерністська ситуація була також ультра-модерністською і транс-модерністською водночас.

<sup>444</sup> Ложкіна А. Перманентна революція. Мистецтво України ХХ – поч. ХХІ ст. К. ArtHuss, 2019. 496 с.

У цьому і полягає специфіка розгортання постмодерної свідомості в Україні, що постмодернізм, по-перше, активізує певні радикально-авангардистські критичні настанови щодо минулої культурної традиції, а по-друге, він і далі розгортає суто модерністські концепції про автономність мистецтва й естетики та незалежність їх від ідеологічних та утилітарних цілей»<sup>445</sup>.

Багата цитатами і пронизана міфологізмами постмодерністська великоформатна фігуративна картина стає стрижнем ранньої Нової хвилі. Це не класичний академічний живопис. Більшість полотен створені *alla prima*, як чистий викид енергії. Художники змагаються, хто за ніч встигне намалювати більше речей. Працюючи в традиційній техніці «полотно, олія», автори тяжіють до експресії, близької до спонтанного вуличного мистецтва – стрітарту і муралам, які прийдуть в українське мистецтво тільки два десятиліття по тому. В кінці 1980-х ставлення молодих художників до форми було усвідомлено неохайним. Сутність пошуку – в досягненні не технічної, а виразної досконалості, чистої «вітальності», як прийнято було говорити в той час<sup>446</sup>.

Н. Авер'янова, системно досліджуючи сучасне українське образотворче мистецтво, зазначає, що підґрунтям трансформацій в образотворчості українських митців останнього десятиліття ХХ ст. стали насамперед відкриті широкому загалу концепції європейської неklasичної філософії; художники використовували все те, що було заборонене в попередні десятиліття, включаючи національні та етнічні мотиви, усе екстраординарне, життєстверджуюче, зокрема табуйовані раніше еротика і релігію. Руйнування «залізної завіси» призвело до швидкого розмивання культурно-мистецьких кордонів між Україною, західною Європою, країнами східної Азії та США, що, безперечно, мало вплив на традиційні види мистецтва – живопис, графіку і скульптуру, укорінюючи в мистецькій практиці українських художників спочатку популярні у ХХ ст. ассамбляжі та інсталяції, а пізніше, з початком 2000 рр., і перформанси, відеоарт і поєднання різних видів медіа та мистецької діяльності, що утворювали нові артмови і артпростори<sup>447</sup>.

<sup>445</sup> Гундорова Т. Проявлення Слова. Дискурс раннього українського модернізму. Київ, 2009. С. 131.

<sup>446</sup> Ложкіна А. Перманентна революція. Мистецтво України ХХ – поч. ХХІ ст. К. ArtHuss, 2019. 496 с.

<sup>447</sup> Авер'янова Н. Сучасне українське образотворче мистецтво: входження в європейський художній простір. *Українознавчий альманах*. 2015. Вип. 18. С. 56-58.

Крім оновлення образно-сюжетного ряду, українське мистецтво 1990 рр. поступово позбувалося не лише суто художніх ідеологічних настанов і стилістичних обмежень, а й зазнавало істотних змін в інституційних, адміністративних і комерційних аспектах.

Слід також наголосити, що на початок 2000 рр. Україна вже мала не тільки насичене художнє життя, позначене виступами численних груп та окремих художників, але й зародки альтернативної до державної мистецької інфраструктури – галереї, приватні колекції, сквоти, незалежні видання та арткритику. Зокрема, перша виставка, яка вписувала нове мистецтво в контекст розвитку всього ХХ ст., називалася «Інтервали» (2000 р., Національний художній музей України), ініційована учасником української Нової хвилі В. Раєвським (котрий за рік стане куратором першого українського павільйону на Венеційській бієнале), і представляла Олега Голосія, Олександра Гнилицького, Арсена Савадова, Олега Тістола та інших як правонаступників класичного авангарду й андеграунду. І одночасно заявляла про відсутність безперервної лінії, що визначала б спадковість традиції.

У цей же період розпочався також поступовий процес самоусвідомлення музейної справи. Передусім це відбулось завдяки ініціативі Віктора Пінчука, котрий заявив про намір створити Музей сучасного мистецтва й підкріпив ініціативу двома значними виставками – «Перша колекція» (2003 р.) і «Прощавай, зброе!» (2004 р.). Слід зазначити, що у другій половині 2000 рр. місію творити історію українського мистецтва в умовах відсутності окремого музею сучасного мистецтва перейняв на себе Національний художній музей України, який відкрив двері для новітніх художніх практик, а також став поступово формувати



Pinchuk Art Centre — центр сучасного мистецтва в Києві



колекцію актуального мистецтва, яке, починаючи від кінця 1980 рр., виявилось не представленим у цій найбільш репрезентативній збірці вітчизняного мистецтва.

Загалом українське мистецтво протягом першого десятиріччя української незалежності боролось за своє існування (здебільшого завдяки діяльності Центру сучасного мистецтва Дж. Сороса, 1993-2008 рр.), у сучасне українське мистецтво прийшло нове покоління, що актуалізувало життєтворчий досвід авангарду та пов'язаної з ним концептуалістської традиції, які набули нового значення в сьогодиньшому контексті. Реалізовувалося прагнення поступового подолання живописної обмеженості, яка була наслідком історично-культурного ізоляціонізму, пошук дієвих засобів здійснення критично-культурного аналізу, а активне усвідомлення художніх традицій призвело до розширення в наші часи українського мистецтва в публічному і немистецькому просторі та посилення його соціальної дії. Тобто відбувалось усвідомлення своєї ролі як важливої комунікативної ланки, що вибудовує нові зв'язки при осмисленні історичної пам'яті, середовища, пострадянського досвіду в сьогоденні, і таким чином слугувало важливим маркером соціальних зрушень і здатним конструювати громадську рефлексію<sup>448</sup>.

Своєю чергою, Т. Міронова обґрунтовує, що зародження нової історії української держави та суспільства поступово висувала нові цінності, що й сьогодні трансформуються в усвідомлену систему з власними національними особливостями. На них орієнтувалися й ввели в художній обіг і відобразили у своїй творчості в 1990 рр. українські митці, які працюють у відповідних напрямках, що функціонують і дотепер у межах сакральне-розважального, історико-етнографічного, фольклорних пошуків національної ідентичності та нефігуративному напрямках і визначають особливості українського постмодернізму. У контексті національної ідентифікації трансформація наявних і поява нових культурних явищ відзначена поєднанням популярного, професійного мистецтва з фольклорними й міфологічними витоками, що викликають захоплене розмаїття усього мистецького процесу<sup>449</sup>. Натомість М. Богуш зазначає, що «часто українському

<sup>448</sup> Баршинова О. Сучасне українське мистецтво: історична пам'ять та світовий контекст. *Korydor*. 10.03.2015. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/stories/suchasne-ukrayinske-mystetstvo.html>

<sup>449</sup> Міронова Т. В. Сакральне, етнофольклорне, нефігуративне: звернення до заборонених тем в українському мистецтві 1990-х – 2000-х років. *Молодий вчений*. 2019. № 2 (66). С. 34-40. С. 35-36.



мистецтву приписують провінційність, опозиційність, патріотичність, невиразність, автономність, імітативність, оригінальність тощо. Ця низка характеристик ніколи не зможе стати ані лінійною, ані контроверсійною, оскільки повністю залежатиме від позиції мовця, критика, який бере на себе відповідальність генералізувати. Говорити про мистецтво загалом – непопулярний крок, оскільки нейтральність не викликає жодних емоцій, а отже не привертає уваги. Давати оцінку мистецтву – політичний акт, який ніколи не зможе вийти за межі актуального йому міфу»<sup>450</sup>. На нашу думку, таке твердження – ознака сучасної української дійсності, де культура, а відповідно й мистецтво, і досі не набули цивілізаційних ознак (маємо на увазі західну цивілізацію), продовжуючи перебувати під впливом політичних заяв і короткозмівної суб’єктивної ідеології владних структур.

У 2017 р. в Україні з’явилась власна офіційна Бієнале молодого мистецтва (акція була започаткована Міністерством культури; 67 проєктів-переможців першого Фестивалю молодих українських художників експонувалась у «Мистецькому Арсеналі» в межах виставки «Сьогодні, що так і не настало»). До того велику акцію у царині сучасного арту за ініціативи держави в останній раз було започатковано ще 2012 р., проте участь у міжнародному проєкті брали переважно іноземні автори. Головною метою Бієнале була державна підтримка творчої молоді, сприяння творчій реалізації молодих талановитих митців у сфері сучасного візуального мистецтва, фотомистецтва, збереження та примноження інтелектуального потенціалу України, популяризація сучасного мистецтва серед широких верств населення. «Коли ще в Україні можна було побачити такий великий – і досить об’єктивний за показниками, як на наш розсуд, – «зріз» саме «молодого» візуального мистецтва? Мабуть, ніколи. Натомість усі роками скаржилися на «відсутність нових імен». Нині ми отримали можливість зробити певні висновки, яким воно є насправді, це ніким не бачене «наступне» покоління арту»<sup>451</sup>. Справжньою основою для становлення зрілої творчості багатьох художників були і залишаються зібрання Національного музею у Львові, які дають можливість ознайомитись з безцінною колекцією старовинного українського іконопису, коштовних

<sup>450</sup> Богуш М. Yakutovych Academy: ресурс деміфологізації мистецтва. *Art Ukraine*. 04.12.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/yakutovych-academy-resurs-demifologizacii-mistectva/#.YDuB4tQS9ZI>

<sup>451</sup> Сучасне мистецтво поміж минулим і майбутнім. *День*. 05.10.2017. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/naprykinci-dnya/suchasne-mystectvo-pomizh-mynulym-i-maybutnim>



### **Сучасний вигляд музею імені Митрополита Андрея Шептицького**

мініатюр давніх українських книжок, контактувати з шедеврами давнього українського мистецтва безпосередньо, тримаючи їх у руках. Ці зібрання є основою національної художньої традиції, на якій вибудовується, зокрема, концепція монументального мистецтва у церковному і світському малярстві, спираючись на нові естетичні позиції епохи модерну.

У сучасному мистецькому середовищі найбільш впливовий спосіб самовдосконалення – це конкурси та резиденції. Тому ComfyArtPrize – конкурс для молодих художників у сфері візуальних мистецтв (який функціонує і сьогодні), поєднав два в одному – спочатку конкурс, а резиденція як нагорода, що дає шанс молодим художникам. Слід зазначити, що ініціативу проявляє приватна компанія, не пов’язана напряму з мистецтвом: це говорить про рівень свідомості та відповідальності за нове покоління та підвищення іміджу України за кордоном.

Заслуговує на увагу довгострокова програма міжнародних резиденцій ЕКСТЕР у сфері сучасного мистецтва, розроблена Українським інститутом (державна установа, яка представляє українську культуру у світі та формує позитивний імідж України за кордоном. Інститут був заснований Кабінетом Міністрів України у 2017 р. і належить до сфери управління Міністерства закордонних справ). Програма призначена для митців, кураторів, арткритиків і дослідників мистецтва та сприяє обміну

та співпраці між українськими та іноземними фахівцями і таким чином посилює присутність України у міжнародній мистецькій спільноті. Мистецькі резиденції створюють можливості для мобільності людей, ідей, досвіду й практик, взаємодії з фахівцями в інших країнах та адаптації своєї роботи до різних культурних контекстів. Резидентки й резиденти ЕКСТЕР є культурними амбасадорами, які презентують актуальний мистецький ландшафт України за кордоном<sup>452</sup>.

У січні 2020 р. у Черкаському обласному краєзнавчому музеї пройшла виставка Огюста Родена «Передчуття майбутнього». В експозиції були представлені роботи засновника скульптурного імпресіонізму, а також твори сучасних українських художників. Цей благодійний проєкт отримав статус однієї з найважливіших мистецьких подій міста. Кошти, зібрані під час проведення виставки, були направлені на підтримку Черкаської дитячої художньої школи імені Данила Нарбута. Сьогодні роль мистецтва поступово трансформується. Його краса часто поступається змісту. Формотворчість художнього акту тепер важлива лише при паралельному її наповненні особливими сенсами, які є не просто ідеальними концептами краси, але й сміливим віддзеркаленням суспільних проблем і викликів. Глядач з меншою ймовірністю досягне духовної гармонії у чистій естетиці. Його внутрішня рівновага часто може бути, навпаки, порушеною, оскільки під час споглядання сучасного мистецтва часто виникає багато запитань і багато неочевидних явищ для глядача можуть перетворитись на незворотну даність саме через їх візуальну репрезентацію. Виставка організована президенткою Фонду гуманітарного розвитку України, засновницею платформи #SOSмайбутнє Наталею Заболотною, яка підкреслює: «Виставку Родена – одного з наймогутніших та найвідоміших митців в історії людства – ми проводимо в Черкасах цілком усвідомлено, з конкретною метою. Нашим завданням є благодійний збір коштів на порятунок найбільшої на Черкащині дитячої художньої школи, яка нині перебуває у занедбаному стані. Сьогодні ця школа, де навчаються майже 500 юних черкашан, потерпає від ігнорування з боку влади»<sup>453</sup>.

Слід зазначити, що у межах виставки «Передчуття майбутнього», металеві скульптури Огюста Родена експонувались поруч зі скульпп-

<sup>452</sup> ЕКСТЕР – програма міжнародних резиденцій. *Український інститут*. 2019. URL: <https://ui.org.ua/exter>

<sup>453</sup> Передчуття майбутнього. Виставка Огюста Родена в Черкасах. *Art Ukraine*. 06.02.2019. URL: <https://artukraine.com.ua/a/peredchuttya-maybutnogovistavka-ogyusta-rodена-v-cherkasakh/#.XvbybSgzZPY>



турами та полотнами сучасних українських митців, що доповнили роденівську скульптурну класику, відображаючи новий, незалежний, проте такий само масштабний і цілісний культурний пласт. Зокрема, на виставці був представлений живопис Юрія Соломка: художник використовує різноманітні карти світу замість полотна, наділяючи фактуру та контури нашої планети ліричними образами, що оживають у його роботах так само, як живе Земля. Роман Мінін представив свої скульптурні твори на тему донбаських кіберутопій – шахтаря у вигляді Чужого з однойменного трилера та низку скульптур у технології доповненої реальності, подивитись на які можна було за допомогою спеціального програмного забезпечення через смартфон. Полотна у стилі «неофольк» привіз до Черкас Микола Маценко. Юлія Беляєва – українська мисткиня, яка рефлексує про майбутнє у класичних формах і пропорціях, тож її скульптурні ансамблі майже дзеркально відбивали роденівську пластику, проте відбиток цей немов стоїть за роки вперед, у майбутньому. Натомість, скульптурна хтонічність Сергія Шуліса, Віктора Сидоренка та Володимира Сая стали своєрідним прологом до «Мислителя» чи витонченого «Собору» Огюста Родена<sup>454</sup>.

Привертає увагу проєкт «Yakutovych Academy» – просвітницький портал про життя та творчість цілої династії Якутовичів – творчої династії киян, засновником якої був Георгій Якутович. Його дружина, сини, онуки та їхні дружини за більш ніж півстоліття, стали визнаними та впізнаваними художниками й діячами культури. Проєкт

<sup>454</sup> Передчуття майбутнього. Виставка Огюста Родена в Черкасах. *Art Ukraine*. 06.02.2019. URL: <https://artukraine.com.ua/a/peredchuttya-maybutnogo-vistavka-ogyusta-rodена-v-cherkasakh/#.XvbybSgzZPY>

«Yakutovych Academy» доповнює історію українського мистецтва невідомими раніше сторінками.

Окремо слід вказати на важливість проєкту ART Ukraine для культурного середовища нашої держави. Це – один з ресурсів, які прагнуть розвіяти міф про історію українського мистецтва та перетворити його на загальнонаціональний наратив. «Наразі ця місія – архіважлива для української культури тому, що, подолавши ідеологію попередньої епохи, ми ризикуємо бути репресованими новим «націоналістичним» міфом. Сьогодні кожен, хто бере на себе відповідальність говорити про мистецтво, має розуміти, що основою має бути факт. У цьому сенсі веб-ресурс проєкту дає кожному з охочих можливість прочитати щоденник, історію створення робіт, факти з біографії митців, не навантажуючи сприйняття оцінками. Її кожен мусить зробити самостійно, залишивши наратив чистим, оскільки саме він стане основою розуміння феномену українського мистецтва»<sup>455</sup>.

У контексті зазначеного, звернемося, наприклад, до старовинних китайських настанов з живопису, сформульованих Се Хе в V ст. н.е., і серед них п'ять законів, що прекрасно визначають технічне вміння, ремесло: дотримання пропорційності в роботі пензлем; вірність образу в передачі форм; відповідність сутності речей у накладанні



**Георгій Якутович. Дитячі радощі.  
Іван і Марічка.**

Ілюстрація до книги «Тіні забутих предків». 1965 р., дереворит. З архіву родини Якутовичів

<sup>455</sup> Боруш М. Yakutovych Academy: ресурс деміфологізації мистецтва. *Art Ukraine*. 04.12.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/yakutovych-academy-resurs-demifologizacii-mistectva/#.YDuB4tQS9ZI>



кольорів; правильний порядок у розташуванні предметів; передача істини у відтворенні картин. І один, перший, з досить загадковим формулюванням – «співзвуччя енергій в живому русі», – вважався головним<sup>456</sup>. Щоб досягти цієї гармонії, художник має твердо знати правила, блискуче володіти технікою, писати з розумінням, з свідомістю сенсу зображення, і бажано бути добре обізнаним про історію і мистецтва та думки, тобто бути і мислителем, і ерудованою людиною. Створення технічно досконалих творів без належного осмислення в китайському мистецтві зневажають, а недосконалість техніки ніколи навіть не обговорювалась: художник має спершу бути технічно досконалий, це умова, – потім вже починається творчість.

Звичайно, китайська мудрість дозволяє і сьогодні уявляти ті класичні канони, які на те й вважаються класичними, що час над ними не панує. Проте наш час – це особливий час, коли все настільки змінюється, заперечується, а заперечення не завжди є переконливими, що залишається лише сприймати все як є, але при цьому прагнути зрозуміти: процес, сутність, людину.

Олександр Ройтбурд на питання «...відсутність якісної техніки не є фатальною для сучасного українського мистецтва?» відповідає: «Я бачив за своє життя дуже багато талановитих художників, які були бездоганними в техніці. Були й ті, техніка яких не була сильною стороною, але в їхніх творах було багато мистецтва. Розумієте, безліч авторів, що мали п'ятірки в академіях, створюють роботи без натяку на індивідуальну позицію. Так, всі вони мають право на існування. Ми взагалі живемо в час, коли немає єдиного критерію, що вважати справжнім мистецтвом, а що його імітацією. Яка, на ваш погляд, основна проблема сучасного українського мистецтва? Чого йому остаточно потрібно позбутися? Мені б не хотілося ставити діагнози. Звісно, українське мистецтво має низку проблем, як і кожен окремий художник. Загалом ми маємо позбутись провінційності і залишків пострадянського офіціозу, інтегруватися у світовий культурний контекст, не втративши комунікацію з українським глядачем»<sup>457</sup>.

<sup>456</sup> Се Хэ. Категории древних живописцев. *Китайское искусство. Принципы. Школы. Мастера* / Сост., пер. с кит. и англ., вступ. ст., очерки и комм. В. В. Малявина. М., 2004.

<sup>457</sup> ART NOW: Олександр Ройтбурд. Про «Копії для підміни» та діяльність. ОХМ. *Art Ukraine*. 12.10.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/art-now-oleksandr-roytburd-pro-kopii-dlya-pidmini-ta-diyalnist-okhm/#.XvcWfigzZPY>

Заслужує на увагу напрям українського наукового мистецтва, яке розкриває питання про технології майбутнього та їх вплив на наше життя: як віртуальний світ змінює людську цивілізацію, чим роботизація небезпечна для людини, як взаємодіють машини та люди на ринку праці, чи може людина зрозуміти мову кажанів? Відповіді на ці та інші питання шукають представники *сайнсарту*. Ними можуть бути вчені або художники, які створюють/реалізують свої проекти з максимальним залученням наукових працівників. Самі вчені вважають своє заняття мистецтвом. Таку інтерпретацію пов'язують з твердженням Альберта Ейнштейна, який говорив, що мистецтво та наука – це гілки одного й того ж дерева. Дійсно, у цих форм діяльності багато спільного. І науковці, і митці змінюють світ, підштовхують до осмислення соціальних проблем, відкривають нові контексти для сприйняття. Професіоналів обох сфер об'єднує те, що й ті й інші – творці. Поряд з музикантами, скульпторами та мультиплікаторами, митці та науковці намагаються створити щось коштовне. І хоча традиційно вважається, що *science art* – це тренд західного походження, в Україні також є митці, які працюють з науковими ідеями, експериментують з візуальними ефектами та займаються дослідницькою діяльністю. Зокрема, яскравим представником напрямку *science art* в Україні є Євген Чернишов – сучасний художник, засновник і лідер SYN Art Group. Завдяки його проєкту *Enlightenment* (просвітлення) Україну почали сприймати як серйозного гравця у контексті світового культурного поля. Якщо раніше вважалося, що сходинками наукового пізнання можуть підніматися тільки вчені, то сьогодні представники *сайнсарту* розвінчують цей міф. Сучасне мистецтво в руках креативних, наполегливих, талановитих відчайдухів, які дивляться на світ через призму науки та мистецтва<sup>458</sup>.

Останніми роками не вщухає бажання створити музей сучасного мистецтва в Україні. Так, 17 грудня 2019 р. у Національному художньому музеї України відбулась чергова концепції державного Музею сучасного мистецтва, над якою працювала група фахівців у галузі мистецтвознавства, культурного менеджменту, музейної справи. Концепцію майбутнього музею було прийнято за основу на експертній зустрічі Мінкульту на початку 2020 р.<sup>459</sup>. Чому музей буде автономним,

<sup>458</sup> Марутян К. Мистецтво сходинками наукових знань. *Science Ukraine*. 28.06.2018. URL: <https://scienceukraine.com/sciblogs/science-art/>

<sup>459</sup> Минкультуры настаивает, чтобы Музей современного искусства был в Украинском доме, – Фоменко. *ЛБ*. 12.03.2020. URL: [https://lb.ua/culture/2020/03/12/452340\\_minkulturi\\_nastaivaet\\_muzey.html](https://lb.ua/culture/2020/03/12/452340_minkulturi_nastaivaet_muzey.html)



а не створеним на базі Національного музею, яке саме мистецтво буде в його фокусі, звідки візьметься його колекція та як на процес його створення вплине секвестр бюджету, Ольга Балашова розповіла в інтерв'ю: насправді ми просто повернулись до точки відліку.

---

Взагалі ця історія розпочалась в 2017 р., коли ми випустили прес-реліз про те, що почали роботу над концепцією музею сучасного мистецтва і що плануємо відкрити його в 2021 р. – так ми намагались програмувати реальність. Тоді ми розуміли, що слід просто почати про це говорити, обговорювати проєкт з різними людьми і він проросте. Так і відбулось: проросло. Але потім щось пішло не так. Це мала б бути інституція-складова державної політики, а не установа з аджендою, яка змінюється залежно від того, чи є бюджет у головного спонсора, чи немає. Тоді ми вирішили, що треба почати роботу на базі Національного художнього музею (NAMU). ... Наша група зустрічалась регулярно щоп'ятниці. Потім ми отримали грант на створення наукової концепції музею від Фонду фундаментальних досліджень, і в кінці 2018 р. у нас була візія, яку ми презентували не так давно. ...сфера сучасного мистецтва не може розвиватись далі без створення музею сучасного мистецтва. Тому що розвивати сучасне мистецтво неможливо в ситуації безпам'ятства. А у нас – тотальна і перманентна ситуація, коли ми постійно винаходимо велосипед, постійно починаємо з чистого аркуша, живемо одним днем. Якщо ми подивимось на будь-яке місто, музей сучасного мистецтва стоїть на одному з найважливіших місць. Це магніт, навколо якого все крутиться. Це місце, де дискутуються і обговорюються питання того, що відбувається і як рухатись далі. Це простір, де можливий діалог ... Щодо наукової концепції музею: ми визначили точку відліку – 1954 р., для нас це важливо концептуально. Ми бачимо, як протягом ХХ ст. відбувалось розшарування мистецтва на живу, андеграундну лінію і лінію офіційну, яка теж у якийсь момент була живою, а потім забронзовіла. На її основі виросла історія, яка існує досі – з усіма спілками, академіями і так далі. Паралельно продовжує розвиватись неофіційна альтернативна і сповнена смислу культура. Лише зараз, після Революції гідності, ці дві лінії почали трохи зливатись. Те відображається в тому, що відбувається навколо національного павільйону на Венеційській бієнале, з Фестивалем молодих художників (Бієнале молодого мистецтва), створенням нових інституцій, з Шевченківською премією. .. Інше питання, що це не обов'язково мусить бути одна інституція. Ми хотіли б максимально піти від ідеї вертикальної, ієрархічної структури, тому від початку розгляда-

ли ідею загальнонаціональної мережі, до якої могли б входити різні інституції, які б активували та підтримували одна одну. Розподіляючи експертизу та матеріали через «Хмарний архів», вони можуть водночас конкурувати і об'єднуватись заради кращого результату. Мені здається, у цій ситуації буде правильно, якщо міністерство як орган, що має створити музей, візьме на себе таку ж суб'єктну роль, як Національний художній музей, розпочавши працювати над цією темою, і говорить: «Ми бачимо це так». Необхідно прописати структуру музею, зони відповідальності. Одним словом, використати цей час, аби створити візію, і «приземлити» її до реалій. Бо ми писали концепцію так, як це мало б працювати в ідеальних умовах, а тепер її треба наблизити до життя, і це якраз може зробити Мінкульт. А вже потім оголошувати конкурс, і шукати людину, яка найкращим чином зможе реалізувати вироблену візію<sup>460</sup>.

Слід зазначити, що вже закінчується 2020 р. (на момент підготовки цієї монографії), а створення національного Музею сучасного мистецтва в Україні – знову не на часі.

Ось такі інституційні передумови ми визначили для себе, щоб мати хоча б загальні уявлення про сферу мистецтва як інститут в системі соціально-економічного розвитку та зрозуміти в подальшому процес становлення художнього ринку в Україні (артринку) та його проблеми і потенціал для входження в міжнародний ринок і як феномен сучасної екосистеми.

## 7.2. Стан формування артринку в Україні

Ретроспектива показує, а дослідження підтверджують, що за весь час свого існування український артринок характеризується нестійкістю і стрибкоподібним розвитком, що абсолютно закономірно, враховуючи те середовище і той час, у яких він формувався: перманентні кризи, цивілізаційний вибір, боротьба за незалежність, глобалізаційний вплив. Так, у період з 1990 по 1993 рр. на початках розбудови ринкової економіки (на той час – це роздержавлення та приватизація) в Україні з'являються численні посередники, що ведуть свою діяльність в цій сфері, причому інфраструктуру представляють не лише галереї, але і

<sup>460</sup> Балашова О. Розвивати сучасне мистецтво неможливо в ситуації безпам'ятства. *ЛБ*. 08.04.2020. URL: [https://lb.ua/culture/2020/04/08/454808\\_olga\\_balashova\\_rozvivati\\_suchasne.html](https://lb.ua/culture/2020/04/08/454808_olga_balashova_rozvivati_suchasne.html)

антикварні салони, аукціонні будинки і ярмарки. З появою професійних суб'єктів артринку починає формуватися і коло колекціонерів. Таким чином, відбувається розвиток внутрішнього товарного обігу художніх творів і спрямування вітчизняного мистецтва у напрямі посилення своєї участі на міжнародному художньому ринку. Однак період 1993-1999 рр. ознаменував собою кризу розвитку ринку мистецтв: бракувало маркетингових практик і настанов стосовно того, як грамотно вести артбізнес, посилювався вплив корумпованих чиновників і криміналу. У 2000 рр. художнє життя пробуджується після довгого застою. Публіка починає більш охоче включатись у контекст актуального мистецтва. Створюються союзи професійних суб'єктів артринку. Таким чином, на розвиток як самої сфери мистецтва, так і на процес формування українського артринку суттєво вплинули економічні фактори: саме в цей період Україна перебувала в системній кризі.

Проте сфера мистецтва як і загалом сфера культури і досі розвивається досить скрутно, тому що в нашій країні досі існують специфічні *проблеми (таку узагальнену думку ми виводимо, аналізуючи виступи експертів і самих представників артринку)*: художники залишаються соціально незахищеною групою: вони не отримують необхідної підтримки від держави і здебільшого не готові самостійно орієнтуватись в артбізнесі; інфраструктура вітчизняного артринку недосконала, зважаючи на відсутність достатньої кількості салонів, галерей, аукціонів, аналітичних, консалтингових, фінансових, інвестиційних та інших організацій, що спеціалізуються на питаннях артбізнесу; попри велику кількість фахівців у сфері мистецтвознавства, професійних експертів і оцінщиків предметів мистецтва в нашій країні недостатньо. Окрім того, у країні так і не створено стабільний середній клас, від якого (так традиційно вважається) безпосередньо залежить існування цивілізованого артринку. З досвіду функціонування світового артбізнесу можна зробити висновок, що саме люди середнього класу є основними покупцями предметів мистецтва, і прагнуть придбати їх після того, як будуть задоволені їхні первинні потреби в нерухомості, предметах тривалого користування, цінних паперах. Недовіра споживачів до предметів мистецтва як до альтернативних інвестиційних активів пояснюється як низькою поінформованістю про прибутковість артринку і основних аспектах капіталовкладень у мистецтво, так і слабкою фінансовою системою держави. Менталітет споживача передбачає, що в сучасних нестабільних умовах покупці не готові вкладати кошти в перспективні об'єкти творчості з тривалим періодом

обіговості, а орієнтовані передусім на швидкий заробіток. Відсутність правового механізму, що регулює взаємовідносини учасників артринку, є важливим стримуючим чинником його розвитку. На ринку не приділяється достатньої уваги сучасним інструментам маркетингу та реалізації адекватної викликам часу стратегії маркетингу. Практично на всіх стадіях просування товару сучасні маркетингові інструменти застосовуються вкрай мало. Кваліфіковане позиціонування самих художників хоч і має тенденцію до посилення, проте бажає кращого. Це одна точка зору.

З іншої точки зору, ці та інші проблеми поступово вирішуються. І хоча сьогодні ще зарано говорити про розвинутий артринк України, проте українське мистецтво купується і продається, продовжують і розвивають свою діяльність приватні галереї, артярмарки, приватні інституції звертають увагу на сучасне українське мистецтво, розвиваються різноманітні проєкти з підтримки досвідчених вітчизняних митців і відкриття тих, хто тільки починає свій художній шлях. «В українському художньому полі дедалі більше активних і пасіонарних гравців: кураторів, дилерів, експертів, галеристів, культурних журналістів і покупців мистецтва, які готові працювати на підтримку тих, хто займає центральне місце в цьому полі – художників. Іноді митці беруть ініціативу у свої руки і створюють власні об'єднання, стаючи підприємцями від мистецтва, поширюючи та просуваючи свою творчість власноруч»<sup>461</sup>. Та все ж і на сьогодні артринк залишається «... явищем, що потребує комплексного міждисциплінарного вивчення. Така ситуація зумовлена тим, що у більшості випадків до вивчення цієї проблематики звертаються економісти (що є дуже спірно! – автор), однак це не тільки економічне, але й культурне явище. Окрім того, артринк має відносно тривалу історію та продовжує стрімко розвиватися у різних регіонах. Попри існування багатьох аспектів і методів вивчення артринку, цей феномен залишається вивченим фрагментарно»<sup>462</sup>.

Отже, дослідження українського артринку з доступних джерел дозволяє зробити такі висновки: сучасний артринк формується та розвивається сьогодні доволі динамічно, однак системної теоретико-

<sup>461</sup> Буцикіна Є. Ціна мистецтва: як молодому художнику заробити на власних творах. Яким чином працює український та світовий ринок мистецтва. *Mind.ua*. 02.07.2019. URL: <https://mind.ua/openmind/20199188-cinamistectva-yak-molodomu-hudozhniku-zarobiti-na-vlasnih-tvorah>

<sup>462</sup> Гай К. Арт-ринк України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: джерела дослідження. *Народознавчі зошити*. 2012. № 6 (108). С. 1195-1201.

методологічної бази для його наукового дослідження і досі не розроблено; аналітичних оглядів подій, що відбуваються, практично дуже мало, за винятком окремих публікацій, що розглядають окремі аспекти та вміщують багато рекламно-публіцистичних повідомлень на створених інформаційних майданчиках в Інтернеті. Актуальним залишається висновок, що найбільш вагомий внесок у теоретичне дослідження артринку зробили насамперед американські вчені, в Україні здебільшого користуємось їхніми перекладеними виданнями та епізодичними оглядами окремих подій, що відбулися... Відповідно, висвітлення у ЗМІ цих аспектів діяльності є фрагментарним і не дає змоги цілісно оцінити стан мистецтва в країні; сьогодні відсутнє цілісне культурологічне вивчення артринку як особливого соціокультурного явища, що функціонує та розвивається за власними особливими законами, вивчення яких дає змогу повніше виявити його роль у становленні та зміні художніх цінностей суспільства України<sup>463</sup>. Станом на 2020 р. в Україні працює близько 150 галерей, артринок представлено творами близько 2000 художників. Цей показник незначний, порівняно з досягненнями інших європейських країн, але міжнародні контакти допомагають артринку України реалізовувати міжнародні проекти та залучатися до прогресивних зрушень і нових досягнень закордонних кураторів світового рівня<sup>464</sup>. На ньому найширше представлені книги, посуд, меблі та живопис.

З огляду на особливості українського артринку, продати картину художнику без відповідних зв'язків складно. В Україні основними гравцями артринку є саме галеристи і артдилери. Художник-початківець може скористатися двома шляхами: знайти артдилера або домовитися про виставку з галереєю. Знайти колекціонера самотужки вкрай складно, і навіть у відомих художників ідуть роки на те, щоб знайти своїх постійних поціновувачів. У першому випадку художник укладає контракт і, залежно від його умов, артдилер робить усю іншу роботу – знаходить покупців і просуває ім'я художника. Водночас ціна на картину залежатиме від багатьох факторів: «В Україні ринок мистецтва можна поділити на декілька сегментів. Ціна на авторську роботу залежить від того, до якого сегменту належить твір. Впливає на вартість і безліч інших чинників: якість твору, тобто рівень майстерності автора; рік створення картини (старіші полотна коштують

<sup>463</sup> Гай К. Арт-ринок України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: джерела дослідження. *Народознавчі зошити*. 2012. № 6 (108). С. 1195-1201.

<sup>464</sup> Момот Т. В. Арт-ринок. *Велика українська енциклопедія*. 2020. URL: <https://vue.gov.ua/Арт-ринок>

дорожче) та, звісно, популярність художника, яка формується його професійною активністю, запитом на його твори та унікальністю його стилю. Позитивним є продаж картини на світовому аукціоні. Після того, як ціна з'явиться в каталогах, роботу придбає колекціонер та про це напишуть ЗМІ, вартість художника відразу може підскочити на декілька додаткових нулів», – наголошує українська артдилер Ніна Бурневич. Якщо художник вирішує напряму співпрацювати з галереями, домовлятися про умови цієї співпраці та продаж картин йому доведеться самостійно. Проте, залежно від впливовості тієї чи іншої галереї, популярність художника після виставки може зрости в рази. Але не варто сподіватися, що продаж творів мистецтва відразу принеситиме величезні прибутки. Тут справа у попиту, який в Україні досить низький через низку загальних економічних факторів<sup>465</sup>. А ось песимістична думка українського художника Владислава Шерешевського: «... в Україні немає звідки взятися артринку як такому. У нас хороших художників більше, ніж потрібно для такої бідної країни. Дається в знаки сильна школа ще з радянських часів. Із нашим рівнем майстерності можна сміливо виходити на Захід, що успішні люди й роблять. Показник наявності в країні артринку – це висока вартість хорошої картини. Бо художник повинен малювати далі. Нині різниця в цінах між іменитим художником і тим, хто щойно закінчив академію, не дуже велика. Який же це артринок?»<sup>466</sup>.

Та все ж, маючи величезний потенціал, навіть за таких умов вітчизняне мистецтво стає все більш затребуваним у світі. Свідченням цьому є участь українських митців у вагомих міжнародних виставках і численні індивідуальні проекти за кордоном. Так, доволі успішною була участь України у 57-ій Венеціанській бієнале, яка 2017 р. проходила під гаслом «Viva Arta Viva» («Нехай живе мистецтво»). Свої роботи тут представляли близько 120 митців з 51 країни світу. Крім того, у межах бієнале працювали понад 80 національних павільйонів, серед яких був і український, організований за підтримки та часткового фінансування Міністерства культури України. Тут було представлено нову серію робіт «Парламент» (2014-2017 рр.) відомого українського художника Бориса Михайлова. Кураторами стали Пітер Дорошенко

<sup>465</sup> Арт-ринок та світові горизонти сучасного образотворчого мистецтва України (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017-2018 рр.). ДЗК. 2018. Вип. 5/5. URL: [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2018/Art-rinok,%20aukc%D1%96oni%202018.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/Art-rinok,%20aukc%D1%96oni%202018.pdf)

<sup>466</sup> Там само.

та Лілія Куделя. «Парламент» досліджував зв'язок між фотографією і сучасними засобами масової інформації.

---

Продовжуючи тему мутації інформаційних даних, артгрупа SVITER та І. Світличний представляли в павільйоні звукову інсталяцію, у якій драм-машини й електронні синтезатори створювали унікальний алгоритм, що перетворював дані всередині та навколо павільйону в аудіо-треки. Колектив «Жужалка» в складі Віктора Корвіка, В'ячеслава Соколова та Романа Юхимчука представляв нові фотопублікації, одну з яких створено методом експериментальної зйомки двома фотокамерами – радянською «Київ» і сучасною цифровою, які дають зображення за збігу об'єкта у двох видошукачах. Дизайнер Антон Белінський презентував у межах павільйону капсульну колекцію одягу, головною платформою дослідження якої стала візуальна культура українського парламенту з його символами політичної влади та індикаторами кризи. У паралельній програмі також відбувалась виставка «Future Generation Art Prize», влаштована PinchukArtCentre. Крім того, на одній з площ у центрі міста виставила свою масштабну скульптуру молода авторка Ліна Кондес. А на набережній Дзаттере розмістили виставку «Lost&Found» за участю відомих авторів, зокрема Іллі Чічкана та Жанни Кадирової<sup>467</sup>.

---

Український скульптор Юрій Мусатов став у 2017 р. членом International Academy of Ceramics – ІАС. Міжнародну академію кераміки було засновано 1952 р. з метою об'єднання керамістів, гончарів, дизайнерів, колекціонерів, галеристів, реставраторів і кураторів з усього світу та ініціювання комунікації між ними. Сьогодні це єдина міжнародна організація для професіоналів у сфері керамічного мистецтва. 2017 р. експертна комісія академії відібрала 145 керамістів з різних країн. Ю. Мусатов став першим митцем з України, який був удостоєний членства в ІАС. Він є постійним учасником міжнародних резиденцій і переможцем низки стипендіальних програм і конкурсів. Його роботи зберігаються у приватних колекціях і музеях України, Польщі, Німеччини, США, Португалії, Іспанії, Словенії, Латвії, Туреччини, Китаю

---

<sup>467</sup> Усе про Український павільйон на 57-й Венеційській бієнале. *Art Ukraine*. 24.04.2017. URL: <https://artukraine.com.ua/n/use-pro-ukrainskiy-pavilyon-na-57-iy-veneciyskiy-biyenale/#.YDlchNQS9ZI>; Петренко О. У Венеції відкрився 57-й бієнале сучасного мистецтва. *Українські національні новини*. 13.05.2017. URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1664136-u-venetsiyi-vidkrivsyia-57-y-biyenale-suchasnogo-mistetstva>



та Кореї<sup>468</sup>. А українська художниця Марина Данилович, яка живе у Чикаго, вже третій рік поспіль єдина з українців перемагає на конкурсі Польського музею Америки. Перемога дає право презентувати свої картини на виставці закладу. Художниця працює у техніці олійного живопису; малює квіти, натюрморти та пейзажі<sup>469</sup>. Українська художниця Надія Дойчева-Бут стала однією з переможців міжнародного конкурсу ілюстрації Jungle Illustration Awards – 2017. Перемога дісталася їй за ілюстрацію до майбутньої книги Анастасії Лавренішиної «Дрімучий ліс», рукопис якої переміг у конкурсі «Напишіть про мене книжку!» і побачила світ у видавництві «Фонтан казок» у 2018 р. Jungle Illustration Awards – міжнародний конкурс ілюстрації, відкритий для ілюстраторів зі всього світу. Цей європейський конкурс має 11 категорій, за якими обираються переможці. До його журі входять найкращі ілюстратори світу та артдиректори. Усі учасники, які стали переможцями, мають можливість 2018 р. презентувати свої роботи у каталозі та на виставці Jungle Illustration Award<sup>470</sup>. Оригінальна емалева живописна мініатюра «І риба б співала, якби голос мала», роботи київського живописця-емальєра Володимира Ваніна, отримала у грудні 2016 р. другу відзнаку на міжнародних виставках – цього разу на 83-ій щорічній міжнародній виставці мініатюрного мистецтва у Вашингтоні. Попередню премію (The Sue Lee Award) твір отримав з відзнакою «Троянда Тюдорів» влітку 2016 р. на щорічній виставці в Уельсі (Велика Британія), організованій Спілкою мініатюристів Гілліард. Володимир Ванін, який живе та працює в Києві, з листопада 2016 р. є асоційованим членом британського Королівського товариства мініатюристів (The Royal Society of Miniature Painters, Sculptors & Gravers, London UK), а з лютого 2017 р. – членом Вашингтонського товариства мініатюристів (Miniature Painters, Sculptors and Gravers Society of Washington D.C., USA)<sup>471</sup>.

Отже, західний артринок зникає до українського мистецтва, вітчизняні художники регулярно й активно присутні на провідних

<sup>468</sup> Антоненко А. Переосмислення традицій. *День*. 11.10.2017.

<sup>469</sup> Підкорила квітами: українська художниця вдруге отримала звання найкращою в США. *Хреціатик*. 09.06.2017.

<sup>470</sup> Надія Дойчева-Бут перемогла у міжнародному конкурсі ілюстрації. *Інформаційна агенція культурних індустрій ipro.kiev.ua*. 25.12.2018. URL: <http://i-pro.kiev.ua/content/nadiya-doicheva-peremogla-u-mizhnarodnomu-konkursiilyustratsiyi>

<sup>471</sup> Український майстер емалевої мініатюри отримав відзнаки в Британії та США. *Art Ukraine*. 06.02.2017. URL: <https://artukraine.com.ua/n/ukrainskiy-mayster-emalevoi-miniatyuri-otrimav-vidznaku-v-britanii/#.YDxM9tQS9ZI>

закордонних аукціонах починаючи з 2009 р., причому список імен щорічно поповнюється новими іменами. Так, 6 квітня 2017 р. у Лондоні відбувся аукціон Phillips New Now. Значна увага в цій секції приділяється художникам зі Східної Європи, й українські митці регулярно з'являються на торгах New Now і в Лондоні, і в Нью-Йорку. Цього разу на аукціоні серед 244 лотів було представлено п'ять робіт від п'яти митців з України – і всі знайшли покупців. Найдорожчим з українських лотів стала скульптура дебютанта Phillips Дмитра Грека «Портрет». При естимейті у £4000-6000 робота продалася з перевищенням стартової ціни більш ніж удвічі – за £10625. Успішними стали торги і для ще одного вітчизняного скульптора Єгора Зігури. Його «Зрушення свідомості» також майже удвічі перевищило естимейт – і при старті £5000-7000 пішло з молотка за £9375. Для Є. Зігури, одного з найперспективніших молодих українських митців, це вже п'ятий аукціон New Now. Рекордними для художника були торги, які відбулися в Лондоні 8 грудня 2016. – тоді скульптуру «Колос, що прокидається» було продано за £20 000. Так само, як і Є. Зігура, не вперше у New Now брав участь і Роман Мінін. Його відносно невелике панно (140 см на майже 2 м) «Килим обіцянок» при естимейті у £4000-6000 продалося за £8125. По-перше, це чудовий результат для тиражної роботи: «Килим обіцянок» у такому розмірі існує в п'яти екземплярах, і на торги виставлялась п'ята копія. А по-друге, це рекорд для робіт Мініна на Phillips: попередній – £7500 – встановила одна зі знакових для художника робіт «Генератор донецького метро». За £2750, у межах естимейту £2000-3000, продалася «Молекула» Олексія Золотарьова – ще одного представника молоді української скульптури. Робота хоч і встановила рекорд на твори митця на Phillips, однак при цьому фактично повторила результат попередніх торгів: 9 грудня 2015 р. Золотарьов дебютував на лондонських Phillips New Now, і його «Розу вітрів» при естимейті £2000-3000 було продано за £2500. Так само в межах естимейту £2000-3000 за £2500 було продано твір класика вітчизняного контемпораріарту Олега Тістола. Він представив «Їдальню» – роботу зі своєю фірмовою пальмою, однак виконану в неочікуваній від живописця і графіка тканий техніці. Для О. Тістола це вже дванадцять торгів Phillips, втім перші саме у секції New Now. Найрезультативнішим для художника став аукціон Under the Influence, що відбувся у Лондоні 10 грудня 2014 р.: тоді продалися одразу три його твори. А рекордними стали лондонські торги Under the Influence від 13 квітня 2013 р. Тоді «Розмальовка» О. Тістола – теж з пальмою

і виконана в інтерактивній техніці (частину графічних елементів на картині створили глядачі) – пішла з молотка за £34850. «Взагалі, Єгор Зігура був у 2017 р. найбільш успішним українським митцем на артринку. Так, його роботу «Колос, що пробуджується» (2016 р.; тираж 10/15) було продано 28 лютого 2017 р. у Нью-Йорку на торгах аукціонного дому «Phillips» за \$ 20000. Інша його робота – «Колос, що пробуджується» (2016 р.; тираж 13/15) 6 червня 2017 р. у Лондоні, на торгах аукціонного дому «Sotheby's» пішла за \$ 12117. А ще одна – «Зрушення свідомості» (2016 р., тираж 1/15) – придбана у Лондоні 28 листопада 2017 р. на торгах аукціонного дому «Sotheby's» за \$ 13321 [34]. Успішними для вітчизняних митців став аукціон сучасного мистецтва Phillips New Now, що відбувся 7 грудня 2017 р. у Лондоні. Тут було представлено семеро українських митців – Єгор Зігура, Назар Білик, Роман Мінін, Михайло Деяк, Олег Пінчук, Анатолій Галицький та Дмитро Грек. Загалом вітчизняного мистецтва було продано на суму близько \$56000. Найдорожчим українським лотом стала робота Михайла Деяка. Його металевий барельєф «Water» (2017 р.) із серії Genesis купили за \$ 18500. Цей продаж перевищив верхній естимейт у \$ 12000 і став найдорожчим в історії художника на Phillips. Нагадаємо, що в 2016 р. робота М. Деяка з серії «Стільці» (2015 р.) була придбана за \$ 16000. У кінці 2014 р. на цьому ж аукціоні його живописна робота із серії «Klitschko Brothers Emotion» пішла з молотка за \$ 11800. Михайло Деяк представляє молоде покоління українських художників. Він створює твори на межі неоекспресіонізму і мінімалізму, експериментує з матеріалами, працюючи зі склом і металом. У 2017 р. пройшли його дві персональні виставки – у Ukrainian Institute of America в Нью-Йорку, США, а також в Закарпатському обласному художньому музеї ім. Й. Бокшая в Ужгороді, Україна. Художник брав участь й в Score Art Show у межах тижня мистецтв Art Basel Miami Beach у Маямі, США. Також на аукціоні було продано за \$ 5400 скульптуру Єгора Зігури «Colossus that Rebelled» (2015 р.). Твір «Space around (Anamorphosis)» (2016 р.) українського скульптора Назара Білика придбали за \$ 7100. У 2016 р. його робота «Counterforms» (2012 р.) була продана майже за \$ 11000. А у 2015 р. скульптуру Н. Білика «Дощ» продали на аукціоні Phillips в Нью-Йорку за \$ 10000. Твори українських митців продовжують потрапляти на престижні світові аукціони й у 2018 р. Так, роботи не тільки знатних світових авторів, але й твори двох відомих українських скульпторів були представлені 11 квітня 2018 р. у Лондоні на торгах «New Now» аукціонного дому Phillips. На аукціоні було представлено роботи

Герхарда Ріхтера, Яйї Кусамі, Робера Лонга, Мартіна Кіппенбергера, Карстена Хеллера, Олафура Еліассона, Сантьяго Сьєрри, Ентоні Гормлі та інших. Загалом на аукціон було виставлено 236 лотів. Естимейти в межах New Now варіюються від п'ятисот до п'ятисот тисяч фунтів стерлінгів. Рекордна стартова ціна – £ 300000 за скульптуру «State III» Ентоні Гормлі з серії «The Proppers», що зроблена зі сталевих блоків. Зараз твір перебуває у приватній колекції, попередньо був виставлений на аукціоні Christie's у 2016 р. та експонувався у галереї White Cube у Сан-Паулу (Бразилія). Найдорожча робота Гормлі була продана на аукціоні Christie's у 2017 р. за понад 6,5 млн фунтів стерлінгів. Україну представляли на весняних торгах роботи двох митців Єгора Зігури та Дмитра Грека. Єгор Зігура представляв на торгах скульптуру «Колос, що тримає світ» з циклу «Післясьогодні» з естимейтом 3000-5000 євро.

Серед великої кількості подій 2019 р.: на початку грудня у Маямі (США) традиційно протягом тижня відбувався найбільший у світі артринок сучасного мистецтва – це 18 різних артярмарків: від найбільшого і найдорожчого «Арт Маямі-Базель» до вузькогалузевих. Українська художниця зі світовим ім'ям Зоя Скоропадченко: «Платформи артринку пропонували роботи усіх можливих популярних течій сучасного мистецтва: від поп-арту та гіперреалізму до концептуального мистецтва та фігуративної ілюстрації, від гігантських інсталяцій до сучасної мінімалістичної кераміки. Досі залишається в тренді оп-арт (стиль, який використовує оптичні ілюзії) та геометричне 3D-мистецтво (походить з середини ХХ ст.). Особливо цікавою була сучасна кераміка з неймовірним поєднанням кольорів і форм». Не обійшлося на світовому артринку без полотен топ-класиків: Пікассо, Шагала, Леже, Гойї. Щодо українських класиків, то галерея David Zwirner пропонувала малюнки Соні Делоне, а мюнхенська галерея Thomas – скульптуру Олександра Архипенка «Глорифікація краси». Була представлена творчість сучасних художників з різних куточків світу, навіть з Аляски. А от українців було всього семеро, але їхні роботи також мали успіх. Єдиною українською галереєю на ринку була Voloshyn Gallery з Києва, яка привезла роботи Олексія Сая, Михайла Деяка та Ігоря Гусева. Роботи українців не лише охоче купували, а й відзначили музеї та куратори. «Мої роботи потрапили на ринок завдяки професійному арткуратору з Нью-Йорка, яка знайшла мене на цьогорічному Tokyo Art Fair, – розповіла Зоя Скоропадченко. – Вона представляла на ринку Pulse Art Fair нових цікавих світових митців. Серед інших і мої «Інтелектуальні

пейзажі». Зоя Скоропадченко підписала контракти з галереями Торонто, Сіетла, Нью-Йорка, Аделаїди, Парижа та Луїзвіля<sup>472</sup>.

На 58 Венеційській бієнале 2019 р. нашу країну представляв проєкт «Падаюча тінь «Мрії» на сади Джардіні» (авторства митців «Відкритої групи»). За концептуальним задумом, пов'язаний з міфом довкола можливого польоту найбільшого вантажного літака у світі АН-«Мрія» над Венецією й тіні, яку міг би відкинути на сади Джардіні. Усередину літака митці помістили диск з інформацією про всіх нині живих художників. Головна ідея проєкту – тінь «Мрії» і міф довкола неї. В українському павільйоні протягом шести місяців відбувався довготривалий перформанс у спеціально створеній для нього сценографії – переповідання про політ з вуст в уста. Митці «Відкритої групи» у своєму проєкті задіяли художню практику акціонізму. Вони стали і суб'єктами, і об'єктами мистецького дійства, а виразної значущості набув саме процес творення роботи, а не тільки результат.

Результати цих та багатьох інших закордонних подій дають можливість стверджувати: українське мистецтво успішно просувається у напрямі завоювання світових позицій. Українські художники вже отримали шанс брати участь у світовому артмарафоні, однак для завоювання топ-позицій потрібен не тільки час, але й здатність вливатись у загальносвітовий культурний контекст. Не можна сказати, що артриннок у тотальній стагнації. Художник же працює не тільки «сьогодні» (чи «вчора»), художник часто або випереджає час, або випадає з нього. Тому, мабуть, найвигідніше становище нині в нового покоління художників. Вони мобільні, комунікабельні: скайп, вайбер, інші засоби зв'язку й повідомлення інформації. А найголовніше – цінова політика цих робіт прийнятна. Новому поколінню легше долати труднощі теперішнього економічного життя. У них більше шансів, що їх відкриють і зрозуміють на Заході. Тому на Заході нині спостерігається незаперечний інтерес до робіт нашого нового покоління: Романа Мініна, Степана Рябченка, Олексія Золотарьова, Назара Білика та інших. Найбільш запитуваний контент на сьогодні це українська скульптура, віртуальні проєкти, роботи, виконані в монументальній техніці<sup>473</sup>.

<sup>472</sup> Від Архипенка до Скоропадченко. *Високий Замок*. 12.12.2019. URL: <https://wz.lviv.ua/news/402556-vid-arkhipenka-do-skoropadenko>

<sup>473</sup> Ситник М. Арт-дилер Ігор Абрамович: Роботи відомих українських художників купують за \$10-35 тис. *Ділова столиця*. 18.10.2019. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/society/igor-abramovich-raboty-mastityh-ukrainskih-hudozhnikov-16102019220000>

Аналітики ринку Pro-Consulting вважають, що український ринок перебуває на стадії формування і, порівняно з іншими країнами, недооцінений, хоч його обсяг і складає, на перший погляд, помітні 250 млн євро. В Україні існує близько 150 галерей, музеїв, виставкових просторів. З них 40% належать до державного фонду, 60% – приватні установи. За словами одного з найуспішніших вітчизняних артдилерів *Ігоря Абрамовича*, зараз в Україні близько 200 колекціонерів, які збирають сучасне мистецтво. Гучних імен небагато — меценати Ігор Воронов, Стелла Беньямінова, бізнесмени Віктор Пінчук, Борис Ложкін. За останні п'ять років з'явилося нове покоління колекціонерів віком 28-40 років. Водночас художниця та перформерка *Марія Дроздова* зазначає, що «Ситуація з сучасним мистецтвом в Україні досить складна й неоднозначна. З одного боку, начебто є галереї і навіть масштабні культурні організації, фестивалі та освітні програми. А з другого боку, на таку кількість художників артінституцій замало. Звісно ж, відсутній прозорий ринок торгівлі мистецтвом». Мистецтвознавиця *Катерина Полішко* вважає, що одна з причин слабкості українського артринку – відсутність кваліфікованих фахівців: кураторів, мистецтвознавців, дилерів, особливо у сфері сучасного мистецтва. Попри це, вона не відмовляє охочих від інвестування в арт: «*Мистецтво є найбільш надійним внеском*». А авторам дає слушні поради, як вдало стартувати, щоб омріяні слава, визнання, а разом з ними і достойна винагорода не забарились. «*Для формування брэнда художнику потрібні галерея та колективні виставки. Це формує його CV (від лат. curriculum vitae, «хід життя»); детальне резюме). Покази в галереях, роботи художника та CV дозволяють бути поміченим артдилером, а надалі – потрапити на аукціон. Дилер відбирає сучасні, концептуальні, актуальні та міждисциплінарні артоб'єкти*», – зазначає міжнародний артдилер, куратор, засновник Tuzov Gallery *Владислав Тузов*. А співвласник аукціонного дому «Золотий перетин» *Михайло Василенко* зауважує, що вплив на вартість художнього витвору, окрім імені автора, сюжету та техніки, має ще один чинник: «*Одним зі значущих критеріїв також є період створення. Іноді картина одного художника одного розміру, але різних періодів, може відрізнятись в ціні в 3-5 разів*». Не кожному художнику щастить потрапити до аукціонних домів на кшталт Sotheby's, Christie's чи Phillips de Pury&Co. Проте є серед цих небагатьох і сучасні українські автори. Зокрема, картина *Анатолія Криволапа* «Ніч. Кінь» на Phillips продали за \$186 тис., після чого робота увійшла до Топ-10 найдорожчих денних лотів Phillips de Pury&Co. Експерти стверджують,

що років за п'ять-сім картини митця можуть коштувати близько півмільйона доларів. Робота Василя Цаголова «Хто боїться Дем'єна Герста» продана за \$100 тис. «Прощай, Караваджо» Олександра Ройтбурда «пішла» за \$ 97 тис. Роботу «Воно» Іллі Чичкана придбали за \$79,5 тис. Але це – одиниці. У середньому роботи відомих українських художників, за словами Ігоря Абрамовича, зараз продаються за \$10-35 тис. Тому що усіх гравців ринку – від кураторів, артдилерів до колекціонерів та іменитих аукціонних будинків – цікавлять «топові» імена, імена-бренди<sup>474</sup>.

Щодо інституту кураторства в Україні. Заслуговує на увагу книга «Де кураторство» авторства Катерини Носко та Валерії Лук'янець (IST Publishing 2017), яка стала першим виданням в Україні в частині аналізу явища «художник як куратор». Це матеріали за результатами дворічної роботи: інтерв'ювання художників різних поколінь і міст України, які мають досвід як взаємодії з іншими кураторами, так і власної кураторської практики автора.

У ситуації, пов'язаної з самою появою фігури куратора, безумовно є об'єктивність – інформаційний світ зростає, на зміну якимось акціонерам, колекціонерам приходять куратори – вільні особи, які реалізують себе через мистецтво. І вони – як емансипована незалежна частина культурного процесу – стали елітою, хоча завжди цією елітою були художники. Згодом вони почали експлуатувати цей бренд і маніпулювати нами, робити свою кар'єру і особисті висновки стосовно реальності, використовуючи для цього мозаїку з художників. Ми – частина мозаїки – тепер в їх руках. Тому, природно, чим сильніше тиск, тим сильніше опір, і художники, які є теж самостійними особами, не з усім згодні. Тобто певний і давній конфлікт між куратором і художником існує. Але тут немає такої війни, тобто не згоден – вільний. Добре, звичайно, коли ці величини, як камені і море, взаємно б'ються один об одного, і виникне енергія. А якщо камінь нав'язливо диктує морю, що треба битися стільки-то раз на день, то увесь процес набуває важкого рутинного характеру ... Думаю, нас мають цікавити, швидше за все, куратори, які ближче до поетів. Я маю на увазі людей більш проникливих, більш беззахисних, тому що все інше – це вже бізнес. Куратори повинні страждати, а не шукати якихось спонсорів. До того ж шлях вираження емоцій не може залежати ні від яких кураторів. Ось

<sup>474</sup> Дорого-багато: чи варто інвестувати в мистецтво? Журнал «Бізнес». 27.09.2019. URL: <https://business.ua/economy/6619-dorogo-bagato>



якщо куратор має свою групу художників, однодумців, тоді я повірю, що тема вистраждана, хоча, може, це сумно<sup>475</sup>.



Арсен Савадов «Escape to Egypt»

Щодо аукціонної діяльності в Україні, то перший аукціон, з якого розпочалась діяльність аукціонного дому «Золотий перетин» у 2005 р. слугував відкриттю відділу «Класичне мистецтво». Відтоді аукціони цього відділу стабільно проходять два рази на рік навесні (березень) та восени (вересень). Аукціони «Класичне мистецтво» включають у себе кілька блоків: класичне мистецтво XIX ст. і XX ст., мистецтво альтернативних течій (авангард, нонконформізм, андеграунд), сучасне традиційне мистецтво. Так, класичне мистецтво XIX – початку XX ст. представлено на аукціонах «Золотий перетин» такими іменами: Ю. Клевер, П. Нілус, І. Труш, О. Шільдер, М. Бурачек, К. Горбатов, К. Костанді, І. Прянишников, Е. Кульчицька, О. Новаківський, Н. Бодаревський, Є. Буковецький, В. Маковський, М. Мурашка, М. Волошин, А. Стіліануді, І. Білібін та інші. Мистецтво радянської епохи знаходить своє відображення у таких класиків, як М. Глущенко, С. Шишко, П. Столяренко, І. Бокшай, А. Ерделі, Т. Яблонська, С. Григор'єв, Я. Басов, С. Яровий, А. Гавдзинський, В. Цветкова, Ф. Захаров, Н. Максименко, К. Ломикін, Ф. Манайло та багато інших. Мистецтво альтернативних течій (авангард, нонконформізм, андеграунд) представлено на аукціонах іменами: В. Кандинський,

<sup>475</sup> Савадов А. Фрагмент из книги «Де кураторство». *Art Ukraine*. 14.08.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/arsen-savadov-fragment-iz-knigi-de-kuratorstvo/#.YDxQNtQS9ZI>

М. Аветисян, В. Єрмілов, Б. Косарев, В. Зарецький, І. Григор'єв, О. Заливаха, А. Горська, І. Марчук, З. Лерман, А. Зверев, М. Шемякін, А. Ануфрієв, В. Хрущ, М. Туровський та інші. Сучасне традиційне мистецтво постійно поповнюється новими гідними іменами. Серед постійних учасників наших аукціонів: В. Чаус, А. Бєдношей, В. Труш, Ю. Зорко, В. Ольхов, Н. Кононенко, І. Мельничук, М. Деяк, Т. Голембієвська, М. Демцю та ін.<sup>476</sup>

У 2009 р. аукціонним будинком «Золотий перетин» було ініційовано відкриття відділу сучасного актуального мистецтва «Contemporary art» і був проведений перший аукціон у цьому напрямі, де колекціонерам було продемонстровано «новий» зріз українського мистецтва, багатьом досі невідомий. На аукціоні, крім живопису, уперше в Україні були представлені об'єкти, інсталяції, фотороботи, відео, street art і digital art. Відкриття передаукціонної виставки було супроводжено перформансом, який покликаний розкрити сутність і неоднозначність сучасного мистецтва, а також підкреслити ідейну складову робіт сучасних авторів. Навесні 2010 р. був проведений аукціон «Молоде актуальне мистецтво», який продемонстрував справжній інтерес до цього сегменту артринку, а результат аукціону склав 40% проданих лотів, третину з яких було продано з торгами. З того моменту аукціони цього відділу увійшли в аукціонний графік дому «Золотий перетин» і проводяться двічі на рік поряд з аукціонами з класичного мистецтва. Так, восени 2010 р. продажі почали перевищувати 50%-ий бар'єр, багато нових рекордів на сучасних українських авторів були зроблені саме на цих аукціонах.

Пошук і відкриття нових імен стало основним завданням відділу, коло художників постійно розширюється. Зокрема, у березні 2015 р. організатори аукціону зібрали унікальну колекцію, де були представлені колекційні роботи українського та російського мистецтва останніх трьох століть. Серед лотів роботи Сергія Світославського, Карло Боссолі, творіння всесвітньо відомого авангардиста Давида Бурлюка. А також картини українських метрів – Миколи Глуценка, Сергія Шишка, Йосипа Бокшая, Адальберта Ерделі, Петра Столяренка, Валентини Цветкової. У результаті разом з постаукціонними продажами було продано близько 60% всієї колекції, що є прекрасним показником. Найдорожчою роботою, яка була продана в історії аукціонного дому

<sup>476</sup> Класичне мистецтво. *Золотий перепіз*. 2020. URL: <http://ua.gs-art.com/departments/classical-art/>

«Золотий перетин», була робота «Зловісне море» Миколи Глуценка за 165 тис. дол. США у 2008 р. Покупцем став банкір, який є великим шанувальником творчості Глуценка. Водночас банкіри дуже активно купували предмети мистецтва у свої власні колекції. Зараз цей тренд серед представників банківської сфери знову входить у моду.



**Микола Глуценко. Володимирська гірка.**  
*1953 р., полотно, олія, 100х130*

З останніх подій: у залі аукціонного дому «Золотий перетин» завершилась виставка «Мистецтво художників-емігрантів ХХ ст.». До експозиції увійшли понад 30 творів В. Хмелюка, Д. Бурлюка, О. Грищенка, М. Кричевського, О. Ісупова, М. Ісаєва, Л. Ковальського, С. Левицької та інших художників, чий імена сьогодні широко відомі у світі. Створено їх було впродовж 1900-1980 рр. Живописні та скульптурні композиції куратори збирали з приватних колекцій не тільки в Україні, а й у Франції, Німеччині, Нідерландах і США. За словами куратора М. Василенка, завданням проекту було показати, що полотна, написані художниками в еміграції, становлять музейну цінність і тепер інтегровані в історію національної культури, яка ніколи не обмежувалась державними кордонами. Ідея проекту – показати, як розвивалося українське мистецтво за межами України, завжди залишаючись частиною національної культурної спадщини.

*Центр сучасного мистецтва М17* – культурна інституція, створена у 2010 р., аби стати відкритою дослідницькою платформою та місцем для діалогу всіх учасників культурних процесів. Метою визначено – навчати та надихати українське суспільство через виставки, різноманітні мистецькі й освітні практики, сприяти його позитивній трансформації; інтегрувати українське мистецтво до світового контексту. «Експерименти та еволюція є двома основними цінностями, закладеними в концепцію Центру. Ці ідеї знайшли відображення у програмній діяльності інституції. ЦСМ М17 ініціював дослідницький напрям М17 Sculpture Project та започаткував професійну премію для скульпторів М17 Sculpture Prize. Ми підтримуємо художні проекти із застосуванням інноваційних технологій, співпрацюємо з експертами та фахівцями музейних установ, громадських організацій, фондів та інститутів», – Наталія Шпитковська, директорка ЦСМ М17.

*Галерея Portal 11* створює ідеальні умови для знайомства глядача з творами українських художників. Окремий напрям її діяльності – знайомство світу з українським мистецтвом. Галерея організовує персональні та тематичні виставки на відомих світових артпросторах. Філософія галереї – експонувати твори українського сучасного мистецтва, які з часом стануть класикою. Portal 11 надає українським художникам можливість зарекомендувати себе на світовому артринку. Portal 11 – справжнє українське сучасне мистецтво, варте того, щоб його споглядати, вивчати та колекціонувати.

Важлива подія: на аукціоні Sotheby's в Нью-Йорку була продана робота Івана Турецького за ціною 21250 дол. США. Поряд з живописом Івана Турецького на аукціоні «Cubism and Beyond» продавались роботи Поля Сезанна, Пабло Пікассо, Анре Лота та Роберта Марка. Представлена на аукціоні картина «Фрагменти II (Італійський щоденник)»/«Fragments II (Italian



**Іван Турецький,  
«Фрагменти II  
(Італійський щоденник)»**  
холст, олія, 2019 р.  
(фото Sotheby's)

Diary» була раніше придбана в галереї Portal 11 (Київ), яка є куратором художника. Робота в 7 разів перевищила верхній естимейт<sup>477</sup>.

Попри становлення і «конвульсії» українського артринку, за словами окремих мистецтвознавців, потенціал українського артринку сягає 1 млрд дол. США, а щорічні обсяги продажів – кількох сотень мільйонів доларів. Тому планка в 28 млн дол. США, до якої український артринок, згідно з прогнозами, дотягнеться лише через три роки, говорить не стільки про його зростання, скільки про формування його базових структур<sup>478</sup>.

---

*Єжи Онух, художник, куратор, викладач та адміністратор у сфері мистецтва, дипломат Семен Кантор, директор Музею сучасного мистецтва Одеси.*

*«Донька шейха Дубаю, Латіфа, яка є директором Культурного фонду цієї країни, щорічно від свого батька отримує 1 млрд доларів на закупівлю сучасного мистецтва, – наводить приклад Єжи Онух. І що ж вона робить? Вона витрачає ці гроші на ринок. Очевидно, цей ринок – це кілька міст у світі: Нью-Йорк, Лондон, Цюрих і, можливо, Шанхай. І цей мільярд доларів надзвичайно змінює ситуацію і впливає на всіх». Дуже часто говорять, що в Україні артринку не існує. На думку, експертів він є, але перебуває на периферії від світового. «Є художники, які творять мистецтво, частина з них його продає, відповідно є інституції, які його купують. Однак питання полягає в тому, як все це відбувається», – пояснює художник. «Світ так збудований, що центри мистецтва не можуть бути в країнах, де немає грошей. У нас, можливо, і є чудове мистецтво, тільки ніхто про це не знає. Як це було в ХІХ ст., сьогодні також існують метрополії та периферії. І ми є частиною периферії. Однак метрополія без периферії сама існувати не може. Тобто, це – певна нова система побудови відносин у світі... Коли з'являється колекціонер, який зацікавився твором, то потрібно, щоб галерист мав можливість подзвонити художнику і сказати: «Завтра зранку ми будемо в твоїй студії». Куратор пояснює, що саме від доступності часто залежить ціна. Наприклад, коли молодий дебютант з'являється в одній з галерей Нью-Йорка, то він починає*

---

<sup>477</sup> На аукціоні Sotheby's в Нью-Йорку була продана робота Івана Турецького за ціною 21,250 \$. *Portal 11*. 01.07.2020. URL: <https://portal11.com.ua/na-auktsioni-sotheby-s-v-nyu-jorku-bula-prodana-robota-ivana-turetskogo-zatsinoyu-21-250/>

<sup>478</sup> Філатов А. Конвульсії українського арт-ринку. *Bankografo.com*. 2020. URL: [bankografo.com/konvulsiyiukrayinskogo-art-rinku.htm](http://bankografo.com/konvulsiyiukrayinskogo-art-rinku.htm)



від 200 тисяч доларів, а в якійсь іншій галереї його роботи можуть продаватися за 10 тисяч.

Директор Музею сучасного мистецтва Одеси Семен Кантор зазначає, що більшість угод щодо продажу мистецтва в Україні проходять не прозоро. «Я дуже уважно спостерігаю за майже всіма аукціонами, які відбуваються в Україні, тому добре знаю, що на них виставляється і за якою ціною продається. За весь час я не бачив жодного офіційного звіту за фактами продажів. Про що тоді ми говоримо? Це вже вирок всім нам». Кантор каже, що знає лише один продаж, який пройшов в Україні, як кажуть, «по білому» – купівля одеським банкіром і меценатом Вадимом Мороховським колекції покійного одесита Михайла Кнобеля, яку той збирав понад 25 років. *«Коли кореспонденти пишуть про якихось українських художників (яких я дуже люблю і з багатьма з яких ми дружимо), картини яких продаються за якусь певну суму, у мене виникає питання: де докази, що ці ціни були заплачені. Ціну визначити взагалі складно. У мистецтві ж все – раритет, навіть, якщо автор продуктивний, навіть, якщо він працює в одній і тій же манері – усе одно кожен його твір є індивідуальним. Саме тому кожного разу говорять про різні ціни».*

Єжи Онух щодо адекватності ціни. *«По суті, що означає ціна мистецького твору? Ринок – це потужний механізм, і якщо є клієнти, які готові купувати погане мистецтво за великі гроші, тоді це буде продаватися. Треба на це зважати».* Для художника, особливо молодого, дуже важливо бути у відповідний час у потрібному місці. «Крок за кроком молода людина починає десь з'являтися. І коли дилер чи галерист побачить потенціал на продаж, тоді, очевидно, і починається зростання кар'єри художника, – пояснює Онух, який також є куратором. Важлива справа – виставлення ціни, тобто треба чітко знати, з чого він починає і до чого прямує. Якщо ми «продамо» художника, скажімо, за 5 тисяч доларів, то ми схожого рівня роботу ніколи вже більше не отримаємо. Тобто створення відчуття ринку і можливостей є дуже потрібним. У цьому процесі чесність дуже важлива. Можна взяти мавпу, дати їй пензель – і вона намалює чудову абстракцію. Ви про це не скажете, зманіпулюєте ситуацією, прийдете на аукціон і продасте її за 10, 50 чи 100 тисяч доларів. Однак ви зможете так зробити тільки раз».

Художник та дипломат Єжи Онух часто чує, що Україні потрібен гарний закон про мистецтво, але переконаний, що «насправді нам потрібен добрий податковий закон, щоб можна було накопичені гроші

вкладати в культуру». Він пояснює, що більшість американських колекціонерів – це дуже заможні люди. І вони розуміють, що якщо не вкладуть свої гроші, скажімо, у колекцію мистецтва, то держава в них ті гроші забере. «Тому вони вкладають туди величезні гроші – і це накручує ринок», – уточнює художник.

*Семен Кантор піднімає зустрічне питання: для чого люди в нашій країні купують твори мистецтва? Є таке гарне слово «честолюбство», воно складається з двох частин: «любити честь». Честь – це не найгірша риса. Її можна отримати різними способами: футбольним клубом, фінансовою допомогою лікарням тощо. У мені, звичайно, відгукується, коли створюють музей – утім, це можуть зробити не всі. Дуже багато людей, навіть ті, у яких немає великих грошей, купують твори мистецтва через те, що відчують у цьому потребу. І вони роблять це не тому, що є колекціонерами. Насамперед для того, щоб прикрасити своє житло». Кантор зазначає, що «дикість українського ринку в тому, що в нас купують тільки твори живопису». «Майже нікому не цікаве фото як твір мистецтва. Однак якщо ти хочеш зробити затишок у своїй квартирі, не обов'язково купувати щось, намальоване пензлем, – розмірковує директор музею. Як результат, у нас виходить так, що люди купують твори живопису, певним чином «роздуваючи» ціну на них. А нікому ж не хочеться зізнаватися, що він купив дешево, відповідно, він починає штучно завищувати ціни на певного художника». Експерт переконаний, що це неправильно і дорогих авторів можуть бути одиниці. «Однак сьогодні все ж люди починають купувати твори, виходячи зі своїх культурних міркувань, світогляду, – закінчує на позитивній ноті Кантор<sup>479</sup>.*

---

Якщо розглядати просторово-організуючу функцію артринку, пов'язану з проектуванням естетично організованого (у декоративно-мистецтвовому, інтелектуальному, емоційному та інших аспектах) місця існування людей, насиченого зразками породжених мистецтвом художньо-культурних цінностей, то все це робить мистецтво одним з найважливіших інструментів соціалізації життя в регіональному аспекті. Тому заслуговує на увагу така особливість України як присутність унікальних просторів сучасного мистецтва і на заході країни, і на сході, і на півдні, і в центрі. І доки державна влада вже багато років як збирається створити в Україні музей сучасного мистецтва національного масштабу, який

---

<sup>479</sup> Яким є арт-ринок в Україні та чим він відрізняється від світового. Пояснюють експерти. *Українська правда. Життя*. 20.09.2019. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2019/09/20/238261/>



акумулюватиме роботи найвидатніших українських митців сучасності, слід звернути увагу на існування прогресивних артмайданчиків України, серед яких: *Музей сучасного мистецтва України* – приватний музей, що включає майже 6000 творів українського живопису, графіки, скульптури та декоративно-прикладного мистецтва ХХ-ХХІ ст. на трьох виставкових просторах. Нині це єдиний в Україні музей, де зберігаються твори багатьох представників різних мистецьких шкіл і напрямів усіх регіонів України від 1930 рр. ХХ ст. до сьогодення, зокрема можна побачити роботи Івана Марчука, Бориса Михайлова та Олександра Ройтбурда. Популярний *PinchukArtCentre*, заснований бізнесменом Віктором Пінчуком артцентр у Києві, є одним з найбільших і найдинамічніших приватних музеїв сучасного мистецтва в Центральній і Східній Європі й вважається міжнародним хабом сучасного мистецтва, що розвиває українську артсцену. Його програма виставок досліджує та презентує національну ідентичність у контексті світової культури. Він інвестує в майбутнє покоління, надаючи премії молодим художникам. *Галерея NT-Art*, яку в Одесі заснував 2007 р. колекціонер Анатолій Димчук на основі власної колекції, налічує понад 2000 першокласних творів живопису і графіки, починаючи з другої половини ХХ ст. до сьогодення. Зокрема, можна побачити добірку робіт одного із засновників українського постмодернізму Олександра Ройтбурда. ВРЦСМ «Арт-Шик Галерея» – регіональний центр сучасного мистецтва був створений в 2007 р. у Вінниці як простір для проведення виставок сучасного мистецтва і культурно-масових заходів, пов'язаних з музикою, літературою, театром, кіно і модними показами. З 2008 р. «Арт-Шик» входить до Асоціації артгалерей України. *Музей сучасного мистецтва Корсаків* – один з найновіших музеїв сучасного українського мистецтва в Луцьку, позиціонує себе як місце, де зустрічаються люди, ідеї, мистецтво, щоб створювати майбутнє. Його фундаторами та натхненниками стала волинська родина меценатів Корсаків. Тут представлено понад 800 робіт близько сотні видатних митців ХХ-ХХІ ст.: живопис, графіка, скульптура, інсталяція, відеоарт. Зокрема, в експозиції є роботи найуспішнішого сучасного українського художника та найдорожчого живописця України Анатолія Криволапа. Окрему експозицію присвячено українському художнику-графіку Миколі Кумановському. Зараз музей запроваджує новий проєкт «Мистецький вікенд для всієї сім'ї»: позитивна та пізнавальна екскурсія від екскурсіводів, потому драйвовий квест і мистецький майстер-клас. *Галерея «Дзига»* – центр сучасного мистецтва, що понад двадцять

років позиціонує культуру Львова, презентує мистецтво нашого часу: інсталяція, нові медіа, перформанс, сучасний живопис, графіка, пластика та ін. Тут постійно шукають найбільш складні та актуальні напрями мистецтва, проводять мистецькі фестивалі, презентації українських художників за кордоном, мультидисциплінарні проекти, лекції, майстер-класи, субкультурні практики. *Хмельницький обласний художній музей* – один з перших в Україні музеїв сучасного мистецтва, що був заснований на початку 1990 рр. з акцентом саме на висвітлення напрямів сучасного українського художнього мистецтва. Завдяки цьому музей на сьогодні володіє багатьма яскравими його взірцями, серед яких роботи Івана Марчука, Андрія Антонока, Опанаса Заливахи. *Чернігівський музей сучасного мистецтва «Пласт-Арт»* – заснував заслужений діяч мистецтв України, художник-монументаліст Борис Дєдов. Колекція нараховує понад 600 творів сучасного українського мистецтва. Серед них роботи художника-монументаліста Анатолія Гайдамаки, пейзажі Степана Федосевича, абстрактні роботи Петра Лебединця, Лариси Ключіної, Леоніда Берната. *Харківська муніципальна галерея* з 1997 р. стала першою галереєю муніципального статусу в Україні та увійшла до Української асоціації артгалерей. У колекції представлені роботи Вагрича Бахчаняна, Бориса Косарева, Павла Макова та інших сучасних художників<sup>480</sup>. *«ЄрміловЦентр»* – осередок сучасного мистецтва у Харкові, мультикультурний і поліфункціональний майданчик і комунікативна платформа для митців. Живопис, скульптура, фотографія, дизайн, література, театр, хореографія, кіно, музика – далеко не повний перелік напрямів, які він презентує. Тут проводяться різноманітні мистецькі заходи і виставки – графіки і живопису, фоторобіт, плакатів, скульптур, інсталяцій. «ЄрміловЦентр» збирає однодумців на творчих зустрічах, конференціях і лекціях експертів з усього світу, дає привід для дискусій, ставлячи на обговорення актуальні питання сьогодення, їх відображення у мистецтві, тенденції сучасного арту й творчі експерименти. Приємне поєднується з корисним: тут проходять фестивалі, кінопокази, театральні вистави, концерти музичних гуртів і перформанси. «ЄрміловЦентр» не лише популяризує сучасну культуру і мистецтво, а й презентує український артпростір у світі, сприяє його інтеграції в глобальному вимірі. Він підтримує культурні ініціативи, демонструє виставкові проекти та інновації, та, крім того,

<sup>480</sup> ТОП 10 музеїв сучасного мистецтва України. *Zruchno.Travel*. 30.01.2020. URL: <https://zruchno.travel/News/New/4926?lang=ua>

відкриває цей дивовижний світ, сповнений краси, дітям: для маленьких відвідувачів проводяться творчі вікенди та майстер-класи.

Зазначені інституції можна вважати ядром формування сучасного артринку в регіональному вимірі за умови існування сучасного ринкового організаційно-економічного механізму його регулювання.

Ще одна цікава думка про роботу українського артринку на прикладі холдингу «Дукат», до якого входять антикварний салон, галерея, освітній центр «Едукаторіум» та аукціонний будинок. Холдинг займається виключно українським мистецтвом ХХ ст. Здебільшого це альтернативні, нонконформістські твори, невідомі широкому загалу, які свого часу заборонялись владою. Він працює за таким принципом: клієнт приносить предмет старовини – вазу, ікону, срібло, картину тощо. Експерт оцінює річ і купує її або виставляє на комісію. Що 2-3 тижні тут проходить виставка тематичної колекції. Вона може бути комерційною, коли відвідувачі купують роботи, а галерея заробляє на комісії, і некомерційною. Щороку в «Дукаті» проходить близько 10 виставок. Галереї заробляють на проведенні аукціонів, які бувають класичними – публічними, де є молотки, ставки й слова: «Один, два, три – продано». І «тихими», коли під час продажу в залі може взагалі не бути жодної людини. *«Ми жартома називаємо їх «гібридними аукціонами», адже вони одночасно проходять онлайн і оффлайн»*, – розповідає Леонід Комський, співзасновник холдингу. Кожна наступна ставка розраховується з формули, прописаної в правилах аукціону: зазвичай вона становить від 5% до 20% від первісної вартості роботи. Приміром, якщо ставка за умовою становить 10%, а картина коштує 1 тисячу доларів, щоб перебити попередню ставку, необхідно поставити 1,1 тисячу, наступна ставка вже становитиме 1,2 тисячі (або вище) і так далі. Щоб оживити ринок і підвищити продажі на «тихому аукціоні», у «Дукаті» вказують стартові ставки набагато нижче ринкових, іноді – вдвічі чи навіть утричі. Цей прийом називається *«реанімаркетингом ринку»*. З кожної проданої на «тихому аукціоні» картини галерея заробляє 10% від її вартості на мить продажу. *Звідки лоти?* Предмети мистецтва потрапляють у галерею і на аукціон з таких джерел: (1) художники або члени сім'ї художника, якщо він помер. «Дукат» бере роботу і за умови продажу відраховує комісію; (2) колекціонери. Колекційні роботи зазвичай не продаються на виставках, однак, що частіше виставляються роботи, то відомішими вони стають, а отже з'являється можливість продати їх дорожче в

майбутньому; (3) артдилери; (4) антикварні ринки... Одна з головних цілей холдингу «Дукат» у найближчому майбутньому – відкрити музей. Український легальний артринок – явище молоде. З огляду на те, що інтерес до українського мистецтва з боку аудиторії збільшується, з боку професіоналів підтримується, а експерти прогнозують його розвиток, можна зробити висновок, що в українського артринку все тільки починається<sup>481</sup>.

---

І хоча сучасне українське мистецтво практично повністю виключене з державної культурної політики, проте прагне слідувати світовим мистецьким тенденціям. Попри проблеми, одним з важливих напрямів на сьогодні залишаються актуалізація публічного мистецтва, формування нового соціокультурного простору міста засобами public art і забезпечення взаємодії мистецтва та суспільства, оскільки присутність об'єктів public art є ознакою глобалізованого суспільства та сучасного міста з багатим культурним простором. Зокрема, проаналізувавши особливості становлення public art в Україні, А. Єфімова стверджує, що цей напрям не має належного теоретичного та практичного опрацювання, що зумовлює необхідність залучення не лише митців, а й мистецтвознавців, культурологів, артменеджерів і соціологів, оскільки актуалізація сучасних мистецьких тенденцій є важливим чинником інтеграції у світовий культурний процес<sup>482</sup>. Так, у Львові також є кілька сучасних скульптурних об'єктів, що орієнтовані на актуалізацію соціальної пам'яті та встановлені з урахуванням історико-культурної специфіки міста: це пам'ятники Леопольду фон Захер-Мазоху, творцям газової лампи, встановлений нещодавно пам'ятник пивоварам та ін. Ці мистецькі об'єкти можна вважати art in public places та частково plonk art, оскільки їх створювали як комерційне замовлення зацікавлених організацій. Становлення у Львові public art у широкому сенсі безпосередньо пов'язане із започаткуванням 2008 р. нового проекту – «Тижня актуального мистецтва», основним завданням якого стала реалізація, актуалізація та популяризація сучасних мистецьких практик у Львові. У межах цієї мистецької акції відбувся характерний проєкт public art молодих художників О. Дзиндри та Т. Беняха, який було реалізовано в

---

<sup>481</sup> Один, два, три – продано: як працює арт-ринок в Україні – бізнес-план. *Громадське ТБ*. 14.06.2018. URL: <https://hromadske.ua/posts/art-rinok-ukraini-biznes-plan>

<sup>482</sup> Єфімова А. Public art як феномен сучасного мистецтва: український досвід. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2011. Вип. 22. С. 100-113.

публічному просторі – на Арсенальній площі: художники випускали в небо повітряні кульки у формі архітектурних колон, що символізувало відносність культурних цінностей, нетривкість засад і безмежність простору художньої дії. Останніми роками у Львові простежується тенденція розвитку «нового жанру public art» – мистецтва в громадських інтересах, а саме – флеш-мобів, присвячених різним подіям і соціальним проблемам. Однак такі соціокультурні практики ще не отримали чітко окреслених позицій.

Та часи змінюються. Останніми роками ситуація покращилася. Чиновники почали усвідомлювати важливість такого виду творчості, адже воно здатне наповнити простір змістом, згуртувати людей навколо і залучити в місто туристів. У зв'язку з цим до місцевих бюджетів починають закладати витрати на облаштування вулиць. Зокрема, останніми роками в Україні спостерігається бум муралів (mural – надзвичайно великий витвір мистецтва, найчастіше картина або величезне графіті, нанесене на поверхню стіни) – сучасного вуличного мистецтва, яке спрямоване на надання краси будівлям: пейзажі, портрети знаменитостей, філософські малюнки – сьогодні ними прикрашені українські міста. Так, неподалік від Стрийського парку у Львові є найбільший в Україні кросворд художника Сергія Петлюка, який входить у список 10 найгарніших муралів України і становить собою шифр з іменами видатних діячів у галузі архітектури та живопису. Маленька дівчинка Мілана, яку врятувала материнська любов, справжнє чудо та серця добрих людей, стала символом надії та миру. Саме її донбаський стріт-арт художник Саша Корбан зобразив на муралі у Маріуполі. Символ українського народу – мурал «Берегиня» – один з найособливіших для кожного українця. На фасаді багатоквартирного будинку зображено обличчя жінки в оточенні яскравих соняшників. Вона – богиня добра, яка захищає людей від зла, оберігає оселю, родинне багаття та малих дітей від хвороб. Розташований мурал у знаковому для України місці – біля Майдану Незалежності, де у 2014 р. почалась Революція Гідності<sup>483</sup>. Якщо раніше у нас, як і в інших країнах, соціальний, політичний і екологічний посыл несли графіті, яке довгий час не сприймали, як мистецтво, то наразі його місце зайняв мурал. Міська влада активно співпрацює з муралістами, замовляючи їм розписи, створюючи гранти, проводячи спеціальні акції, наприклад, такі

<sup>483</sup> Вуличне мистецтво: 10 найгарніших муралів України. *ШоТам*. 30.04.2020. URL: <https://shotam.info/vulychne-mystetstvo-10-nayharnishykh-muraliv-ukrainy/>

як Dynamic Urban Culture Kyiv. Періодично організуються міжнародні проекти з мураларту, наприклад Art United Us, після яких іноземні митці залишають свої картини на стінах українських міст, і надають таку ж можливість українським художникам (варіант культурної дипломатії). Отже, мурали як актуальна сфера сучасного мистецтва відіграють важливу соціальну роль не лише прикрашаючи житлові та адміністративні будівлі, а й несучи певний посыл містянам, змушуючи їх зануритись у прекрасне і відчутти соціальну відповідальність.

Полтавський художник Юрій Шаповал виставляється здебільшого в Києві або Львові. Він пояснює це тим, що в Полтаві поганий попит на мистецтво. Та якщо він навіть і є, то покупці бажають придбати предмети мистецтва та живопис за ціною сувенірної продукції. Доводиться постійно виставлятися, а також часто самому займатися просуванням своїх робіт. Прослідкувати ж географічну належність покупця Юрію доволі непросто, оскільки найчастіше роботи митця купують дилери з метою перепродажу. У кожного дилера є власне коло клієнтів, які купують у них предмети мистецтва<sup>484</sup>. За спостереженнями, в Україні зараз формуються загальносвітові практики просування робіт певних художників. Коли якогось митця так би мовити «розкручують» – створюють штучний антураж успішних продажів на міжнародних аукціонах. Завдяки таким махінаціям роботи потім продають вельми заможним клієнтам. На думку художника, в Україні мистецькі твори люди купують більш спонтанно: «Спостерігаю, як купують українці – це найчастіше відбувається на емоційному рівні, на відміну від західних покупців, які підходять до цього процесу більш виважено і свідомо. На Заході клієнти спочатку намагаються отримати якомога найбільше інформації про художника: хто він, де виставлявся. Тільки після вивчення всіх аспектів покупець може придбати якусь роботу, навіть якщо вона йому одразу сподобалась. У нашій країні заможні покупці легше розлучаються з грошима. Можливо, це пов'язано з тим, що більшість капіталів набута не зовсім чесним шляхом». Для перспективи розвитку українського мистецтва необхідні внутрішньодержавні капіталовкладення. Не треба розраховувати на Захід. У країні доволі багато заможних людей, які здатні вивести український артринок на більш високий рівень: «На мою думку, артринок дуже тісно пов'язаний з

<sup>484</sup> Бушер А. Не хлібом одним. попит на живопис та предмети мистецтва: міфи і реальність. *Зміст. Зміни створюєш ти.* 14.12.2020. URL: <https://zmist.pl.ua/analytics/ne-hlibom-odnim-popit-na-zhivopis-ta-predmeti-mistectva-mifi-i-realnist>

роллю нашої країни на політичній арені. Якщо держава слабка, то і на мистецькому рівні вона сприймається відповідним чином». Хоча в Україні культура інвестування в мистецтво лише тільки зароджується, та слід зазначити, що існує певна культура і бажання купувати недорогі мистецькі твори для побутового вжитку, а також для дизайну особистих приміщень і суспільних закладів. Для того щоб займатися справжнім мистецтвом, потрібні великі капіталовкладення, майстерня, витратні матеріали<sup>485</sup>.

Тіберій Сільваші. *Що потрібно обов'язково знати про безпредметне мистецтво людині, яка нічого про нього не знає?* Глядач має знати, що це столітня історія. На початку ХХ ст. авангардисти зробили рішучий крок від символічної складової мистецтва. Для них стало аксіомою, що матеріальність візуального образу і предметність самого об'єкта – тотожні. Картина не зображає пейзаж, стілець, вазу і т.ін. Вона є тим, чим вона є. Або як казав Френк Стелла, американський абстракціоніст: «Ти бачиш те, що бачиш». Матеріальність пігмента-фарби, полотна, фанери, їх відношення до простору – складові візуального образу, з якого складається процес бачення. *За ким потрібно слідкувати в сучасному українському мистецтві та чому?* Слідкувати треба за всім і за кожним. Мистецький процес – складний процес. **Персональна практика – приватний випадок проявлення прихованих сил, що діють у культурі та історії. Слідкувати треба за всім. І аналізувати. Любити треба «своє». І це є певним показником адекватності.**

Особливістю мистецтва в наш час є постійні спроби звільнитися від визначеності. *Цей процес – сутність питання про таїну естетичного. Де той витік, куди нас кличе мистецтво? Чи є це покликання свободи, чи навпаки? Чи є видиме осмислення або його природа за межами вербального?* Мистецтво – не висловлювання і не форма комунікації, а інструмент трансформації механізму сприйняття й перебудова чуттєвості. Це те, що об'єднує групу КНО і наших зарубіжних колег. Такий погляд на мистецтво, на його функцію, не надто характерний для сучасного мистецтва України. Показати сучасне світове з цієї сторони, мені **здається важливим**<sup>486</sup>.

<sup>485</sup> Бушер А. Не хлібом одним. попит на живопис та предмети мистецтва: міфи і реальність. *Зміст. Зміни створюєш ти*. 14.12.2020. URL: <https://zmist.pl.ua/analytics/ne-hlibom-odnim-popit-na-zhivopis-ta-predmeti-mistectva-mifi-i-realnist>

<sup>486</sup> Безпредметне мистецтво: 5 художників відповідають на 3 запитання. *Your Art*. 05.07.2019. URL: <https://supportyourart.com/words/velyke-kolo>



На думку О. Маричевської (це було заявлено в 2018 р.), якщо оглянути сьогодні низку експозицій в Україні, то стає очевидним, що саме відсутність куратора – перша проблема їх низької якості. Куратор – людина або група художників, що формує певну проблему виставки, її концепцію. Вдалих проєкт чи виставка – це сформоване куратором висловлювання на основі свого бачення, власного уявлення про актуальні мистецькі процеси, якщо ж це історична виставка – ретроспективний погляд на явище чи подію. Першочерговим у кураторстві є робота з артикуляцією виставкового проєкту, його контекстуалізація. Кураторський проєкт – це аналіз сучасної художньої ситуації, результатом такого аналізу постає не текст, а експозиція. Ще одним суттєвим питанням куратора в Україні є його залежність від інституції, де триває виставка. Питання в тому, наскільки інституція зацікавлена працювати з людьми, які мають власний погляд на розвиток художнього процесу і які можуть цей процес артикулювати крізь призму мистецтва. Безумовно, якщо йдеться про приватну галерею, де основним завданням все ж є продаж творів, можливо, компромісів важко уникнути. Адже навіть за максимальної роботи куратора проєкту з публікою не можна не помічати питань, які мають регулюватися на державному рівні, – присутність ідеології, вибудована культурна політика та її стратегія. Поза цим кураторам сьогодні просто бракує інституційного простору, відкритих для пропозицій інституцій та інституту фріланс-кураторів. Тому, окрім продукування якісних проєктів, куратор сьогодні самотужки змушений виробляти методологію та інструментарій<sup>487</sup>.

Одну з позицій українських колекціонерів висловлює Юрій Когутяк: «Ми не живемо за рахунок мистецтва, ми витрачаємо на нього гроші. Ми – колекціонери. Місія колекціонерів – *надати можливість митцям залишитися в професії*. Наївно думати, що держава зможе і захоче подбати про всіх, хто вирішив залишитись у мистецтві. Тож мистецтво потребує інших джерел підтримки. Особливо – сучасне, бо воно занадто незрозуміле. Воно і має бути таким, бо воно – на вістрі, воно прокладає шлях для іншого, проростає крізь помилки. Втім зрозуміти і відчувати його можна. Купуючи твір мистецтва, колекціонер допомагає митцю не розчаруватися у професії, залишитися в ній, знайти сили і матеріали для наступних робіт. В українських реаліях мова йде про банальне фізичне

<sup>487</sup> Маричевська О. Кураторство як чітке висловлювання. *Образотворче мистецтво*. 15.03.2018. URL: <https://fineartsukraine.wordpress.com/2018/03/15/кураторство-як-чітке-висловлювання-о/>

живання художника. Ну і до того ж мистецтво не існує без глядача, взаємодії з ним, і його споживання, що би про це не думали високочолі критики. Актом купівлі колекціонер благословляє твір і його автора»<sup>488</sup>. Колекціонер, як правило, уже не може експонувати всі роботи зі своєї колекції, у нього не вистачає стін, і картини вимушено зберігаються у сховищах. Як наслідок, крім утилітарного споживання мистецтва, з'являються нові більш витончені виміри. Зокрема, колекціонери сучасного мистецтва мають шанс впливати на майбутнє. Роблячи свій вибір сьогодні, підтримуючи той чи інший напрям, колекціонер проводить своєрідну селекцію сучасного мистецтва.

На запитання *про «психологію» західного споживача нашого нового артконтенту: хто ці колекціонери, які за немалі гроші купують твори і вже названих мистців, і тих, кого ще не згадали?* І. Абрамович відповідає: «Тут кілька шарів атмосфери. Є шановані відомі західні колекціонери, з якими я спілкуюся. Є культурні інституції, що постійно тримають у полі зору актуальні художні процеси. Але з'явилися й молоді західні колекціонери. Сфера інтересів яких широка – економісти, юристи, IT-шники. Вони багато подорожують, у них немає якогось комплексу «накопичування». Це вільні сучасні заможні люди, які отримують задоволення, купуючи твір сучасного мистецтва. Можливо, у політичному плані такі процеси відбуваються. Але якщо дивитись на інтерес західних колекціонерів і на продажі, то експерти хочуть бачити й вибирати саме молодих українських художників. Творча складова тут не пов'язана з нашими політичними процесами. .. До п'ятірки головних українських колекціонерів сучасного мистецтва можна віднести Ігоря Воронова, Віктора Пінчука, Людмилу Березницьку, Андрія Супруненка, Анатолія Димчука... І ось що ще скажу: західні колекціонери, купуючи, не намагаються розглядати їх як спосіб вкладання грошей, їх вабить інше. Гроші в них в усіх є, а ось володіння саме таким художнім твором – це щось особливе, зрозуміле тільки справжнім колекціонерам справжніх цінностей»<sup>489</sup>.

<sup>488</sup> Юрій Когутяк: «Колекціонери дозволяють митцям залишатися у професії». *Mind.ua*. 29.10.2019. URL: <https://mind.ua/style/20203831-yurij-kogutyak-kolekcioneri-dozvolyayut-mitcyam-zalishatisya-u-profesiyi>

<sup>489</sup> І. Абрамович – арт-дилер, куратор, консультант з питань українського сучасного мистецтва і формування художніх колекцій в Україні; сприяє розвитку зв'язків між українськими художниками і відомими аукціонними домами світу – «Сотбіс» (Sotheby's), «Крістіс» (Christie's), «Філіпс де Пюрі» (Phillips de Pury) і «Бонхамс» (Bonhams). За свою вагому роль у розвитку українського мистецтва він отримав диплом лауреата в номінації «Меценат року 2014». Ігор Абрамович відомий

Почнімо з відносно нещодавнього кейсу з виставкої колекції Петра Порошенка в музеї Гончара. Про що він свідчить? ... Говорили різне, але я ніде не знайшла думки про шкоду від того, що відбулося, для колекціонерства як культурного явища. Це болісне явище і для глядача, і для мистецького ринку, і для музеїв. Але насамперед – для самої культури колекціонування. *Що ця історія говорить про стан справ в українській сфері колекціонування мистецтва?* Що колекціонер у нашій країні априорі є вразливим і незахищеним. Виставка, про яку ми згадали – це передовсім спосіб захисту власного майна. У ній не було ні культурної, ні художньої, ні експозиційної складової – це просто спроба забезпечити свою власність. І, треба визнати, вона працює: оприлюднивши, чим володієш, ти справді легітимізуєш власну колекцію, підвищуєш шанси зберегти її. Такий собі меседж «це моє». Звісно, цього замало. Хоч за умов ургентної ситуації (а то була саме така ситуація: в п'ятницю з'явилася інформація про порушення справи ДБР, а у вівторок уже відкрили виставку) саме музей стає рятівним колом. Цей проєкт зліпили за ніч. Якби, попри поспіх, до справи підключили експертів чи кураторів, з цього можна було б витиснути бодай якийсь поверхневий сенс. Це могла б бути виставка про родину колекціонера або певний період у мистецтві. Чи історія про те, як в Україні відбувається переміщення культурних цінностей. Про те, як це – бути колекціонером у країні, що не випускає мистецьких цінностей (і дуже погано впускає); якими запобіжними «пуфиками» людина має обкластися, щоб не бути притягнутою до відповідальності і зберегти свою колекцію. Тоді ця виставка могла б виглядати геть інакше. Читаючи лекції студентам, я завжди починаю з того, що світовий артринк за всю історію свого існування ніколи не був «білим», тобто повністю прозорим, легальним. І навіть «світло-сірим». Ми не бачимо й половини того, що на ньому відбувається. Будь-які його заміри – це вимірювання верхівки айсберга.

---

участю в багатьох знакових проєктах, зокрема два роки поспіль він є куратором виставок робіт українських митців у Галереї Саатчі (Saatchi Gallery, Лондон): «Contemporary Ukrainian Artists» (жовтень, 2013 р.) і «Premonition: Ukrainian Art Now» (жовтень, 2014 р.). Ці проєкти ознайомили європейського глядача з сучасним українським мистецтвом, дали змогу світовій спільноті зацікавитися творчістю наших митців і долучитися до розвитку українського артринку. Ігор Абрамович постійно підтримує не лише художників, а й арткритиків, на власні кошти видає книги з мистецтвознавства. Так, нещодавно за його сприяння з'явилася книга Галини Склярєнко «Сучасне українське мистецтво. Портрети художників». URL: <https://mc.today/prodvigaet-ukrainskih-hudozhnikov-v-mire-i-zhivet-v-udovolstvie-istoriya-art-dilera-igorya-abramovicha/>

І Україна тут не є винятком. Українські колекціонери ризикують, коли, розуміючи всі ризики, все одно ввозять до країни предмети мистецтва<sup>490</sup>.

На думку О. Сагайдак, однією з основних проблем української сфери колекціонування творів мистецтва є експертиза. Далеко не всі колекціонери усвідомлюють, що атрибуція й експертиза предметів мистецтва – комплікативний процес, сукупність багатьох складників. Для якісної експертизи треба зібрати «консиліум»: технічна експертиза, хіміко-технологічна, мистецтвознавча і т.ін. Ця базова грамотність на рівні розуміння, як це працює, у нас відсутня<sup>491</sup>.

Щодо інвестування: з точки зору практичності, інвестувати лише в сегмент сучасного мистецтва – дуже ризикована, агресивна стратегія, що вимагає незначного періоду між придбанням і продажем: мода на сучасне мистецтво мінлива. Здебільшого ті, хто інвестують у мистецтво, для зниження ризиків диверсифікують портфель, тобто купують предмети різних напрямів, країн і часу створення. Відповідно, у володінні артінвестора може (і має) перебувати як модернізм, так і контемпорарі; як живопис, так і скульптура; як американське післявоєнне, так і африканське сучасне мистецтво. Тих, хто інвестує лише в сучасне мистецтво, я б порівняв з акціонерами Apple в момент створення компанії в 1970 рр.: вони мали небагато шансів стати мільйонерами, проте зробили свою ставку й стали ними. Сьогодні клас артінвесторів шириться молодим поколінням, так званим «поколінням стартаперів», для яких мистецтво – водночас й елемент дизайну, й унікальна творча одиниця, і капітальний актив. Ми живемо в час поліфункціональності предметів, що нас оточують, тож не слід дивуватись цьому<sup>492</sup>. Поради від І. Абрамовича: *Прискорене зростання цін*. Сучасні колекціонери не схильні купувати все, що сподобається за будь-які гроші. Вартість полотен має бути обґрунтованою. *Стратегії створення і просування власного бренду*. Правило номер один – використовуйте будь-яку можливість для презентації своїх робіт як онлайн, так і в галереях. Картини мають бути на видноті. Ніхто не прийде в майстерню і не прославить майстра за його талант. Намагайтесь налагодити зв'язки

<sup>490</sup> Сагайдак О. Ми не бачимо й половини того, що відбувається на артринку. *ЛБ*. 23.07.2020. URL: [https://lb.ua/culture/2020/07/23/462393\\_olga\\_sagaydak\\_mi\\_bachimo\\_y.html](https://lb.ua/culture/2020/07/23/462393_olga_sagaydak_mi_bachimo_y.html)

<sup>491</sup> Сагайдак О. Ми не бачимо й половини того, що відбувається на артринку. *ЛБ*. 23.07.2020. URL: [https://lb.ua/culture/2020/07/23/462393\\_olga\\_sagaydak\\_mi\\_bachimo\\_y.html](https://lb.ua/culture/2020/07/23/462393_olga_sagaydak_mi_bachimo_y.html)

<sup>492</sup> Белькевич Д. До кар'єрної кризи художника можуть призвести навіть незначні деталі. *In Art*. 14.04.2020. URL: <http://be-inart.com/post/view/1328>

серед дилерів, колекціонерів і власників галерей. Актуальна інформація про ситуацію на ринку допоможе знайти покупців і вийти на наступний рівень. Потрібно також пам'ятати про конкурентів, які можуть запропонувати дешевше. Це особливо важливо під час роботи з інвесторами, що вкладають гроші мистецтво. Керуються фінансовою доцільністю, а не прагненням до прекрасного<sup>493</sup>.

*Як змінився артриннок упродовж чотирьох останніх років?* Думаю, революція і війна тільки посприяла його стагнації і зменшила перелік можливостей. Зазвичай відбувається так: влада змінюється, бізнес навколо цієї влади також змінюється, і артспільнота сподівається на їх комерційну увагу, але культурні та духовні потреби покриваються в останню чергу. Так, представник влади чи бізнесу може бути фінансово забезпеченим, але його інтелектуальний рівень дозволяє купувати те, що продається на Андріївському узвозі. Актуальне сучасне мистецтво епаує. Воно є незручним, викликає занепокоєння, неприємні думки, але промовляє мовою часу<sup>494</sup>.

*На українському ринку вартість картин* стартує від кількох сотень доларів, якщо мова йде не про штамповані пейзажі або натюрморти для інтер'єрів. Картини, що представляють певну художню цінність, можна продавати по 800-1000 доларів і вище. Наприклад, у 2018 р. найдорожчими картинами були «Паркова алея в тіні» Ірини Акімової (8750 дол. США), «Пейзаж» Анатолія Криволапа (6050 дол. США) і скульптури Єгора Зігури, продані на аукціоні Phillips: «Кора, що прокидається» (17500 дол. США) і «Колос, що тримає світ» (8750 дол. США). У 2017 р. максимальні ціни на твори сучасних українських художників та скульпторів досягали 20000 дол. США («Колос, що прокидається», Єгор Зігура), 18540 дол. США («Вода», Михайло Деяк), 13240 дол. США («Портрет», Дмитро Грек), 10120 дол. США («Килим обіцянок», Роман Мінін) і 9270 дол. США («Untitled», Анатолій Галицький).

Під час встановлення цін художники допускають такі помилки: (1) зосередженість на окремих нішах артринку. Більшість потенційних покупців включені у більш широкий контекст. Тому можуть ігнорувати принципи ціноутворення, прийняті у вузьких колах і відмовлятися від купівлі переоціненого українського мистецтва на користь менш дорого-

<sup>493</sup> Ігор Абрамович: метаморфози арт-ринку. *Дзеркало тижня*. 17.02.2017. URL: <https://dt.ua/CULTURE/igor-abramovich-metamorfozi-art-rinku-.html>

<sup>494</sup> ART NOW: Василь Цаголов. Про автора і час. *Art Ukraine*. 18.04.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/art-now-vasil-cagolov-pro-avtora-i-chas/#.YDkODNQS9ZI>

го мистецтва в іншій ніші, в іншому місті або навіть поза Україною; (2) спроба конвертувати емоційну або психологічну прихильність у доларовий еквівалент. Потенційний покупець оцінює вартість картин на підставі об'єктивних критеріїв. Емоційні зв'язки творця і творіння в розрахунок не беруться. Іноді художники наполягають на тому, що конкретна картина їхня улюблена, тому ціна настільки висока; (3) неадекватне розуміння природи попиту. Деякі колекціонери скуповують за безцінь роботи молодих художників, сподіваючись вигідно їх перепродати, коли майстер прославиться. Не варто переоцінювати вартість своїх робіт через кількісне підвищення попиту; (4) нерозуміння логіки потенційних інвесторів. Покупці неохоче купують твори, цінність яких для них є очевидною. Вдало цей принцип мислення сформулював У. Баффет : «Ніколи не інвестуйте у бізнес, якого ви не розумієте»; (5) ілюзії щодо унікальності. Цієї помилки часто припускаються молоді художники; (6) неправильна презентація картин. Майстри не надають дилерам і галереям документацію із зазначеними цінами за попередні угоди (наприклад, ціна продажу на аукціоні).

Українські художники часто завищують ціни для галерей, артдилерів і занижують для покупців, що прийшли до майстерні, нехтуючи працею людей, які вклали свій час і зусилля в розкручування його робіт. Різниця у вартості негативно впливає на купівельні настрої. Якщо майстер продає роботи через дилера, то краще запросити трохи менше, щоб кінцевий покупець зміг отримати полотно за вашою ціною, так всі будуть у вигоді, а ваша репутація не постраждає. Підвищувати вартість потрібно поступово. Кращий час – підтвердження продажів на аукціоні або успішне завершення виставки. Ситуація на артринку також залежить від загального стану економіки, тому варто прислухатися до порад дилерів і галеристів, що співпрацюють з вами. У розпал фінансових криз ціни мають формуватися з урахуванням купівельної спроможності і настроїв клієнтів. За кордоном майстри часто підписують контракти з галереями. Ціна такого співробітництва – до 50% виручки від продажів, але натомість можна отримати всебічну допомогу і просування на ринку. В Україні дозволити собі фінансову підтримку сучасного художника чи скульптора можуть лише кілька українських галерей, фондів і меценатів (інвесторів). Тому розраховувати краще не на такі стипендії чи гранти, а на міжнародні резиденції, де справді можна розкрити собі і зацікавити як потенційних покупців, так і закордонні галереї.

Багато експертів і науковців одним зі слабких місць українського артринку називають відсутність на ньому сучасних маркетингових інструментів. Проте час настільки швидко змінюється, що цю думку можна заперечити, наводячи приклади з практики. Під час світового карантину на артринку уперше за довгий час прийшло багато нових покупців. Здебільшого це люди, які ігнорують традиційну артатмосферу і яким комфортніше запитати у Google, ніж подзвонити артдилеру. Зростання нової формації покупців змушує артінституції, навіть найбільш консервативні, переходити до тотальної діджиталізації *Маркетплейс* – це рекламний майданчик, маркетинговий інструмент, що може надати художнику широку аудиторію.

---

Починаємо з українських митців, але це не межа наших мрій. Приєднуються і європейські в найближчому майбутньому. Ми хочемо отримати такий симбіоз, який покаже, що сучасне мистецтво України невід'ємне від загальноєвропейського контексту. ... Наша унікальність полягає в тому, що увесь контент, який ми створюємо, сам наш продукт Codeky.art спрямований на ранжування імен в Google. Ми пропонуємо художникам писати тексти у своїх кабінетах про розміщені там роботи. Якщо інші аналітичні системи більше орієнтовані на зображення, то ми – на текст і, відповідно, на просування контексту в Інтернеті. Ми розраховуємо, що художники будуть з нами співпрацювати, розуміючи, що їхній внесок піде на технічне вдосконалення роботи платформи, розпізнавання пошуковими системами, що підвищує впізнаваність, популярність. Мріємо про масштабне охоплення, щоб, скажімо, користувач з будь-якої країни Європи, написавши в пошуковому рядку «онлайн-галерея» або «маркетплейс сучасного мистецтва» відразу ж отримував як результат платформу Codeky і імена тих художників, які з нею працюють. Ми вклали величезні гроші, щоб створити платформу, розвиваємось зараз теж за свої кошти. І сподіваємось, що з часом платна участь художників на нашій платформі допоможе ширше ранжувати, якісніше представляти, дасть можливість швидше просуватися. Скажімо так, платформа «підтягує» художників, а художники «підтягують» платформу. Така кооперація. ... Якщо концепція художника, який хоче розміститися у нас, не несе інформацію про насильство, негатив, розбрат у суспільстві, ми із задоволенням приймаємо його. У нас можуть продаватися не тільки професіонали, але і напівпрофесіонали, талановиті аматори тощо. Ми запрошуємо на наш майданчик усіх, кого надихає сучасне мистецтво... Як би добре



ти не володів мистецтвознавчими тонкощами, важливо розуміти, що будь-яка робота знайде свого покупця. Тому не варто художникам диктувати, що їм писати або ліпити. Їх самовираження – понад усе<sup>495</sup>.

Український ринок усе ще суттєво відстає від закордонного в плані організації та регулювання. Одна з причин відставання – відсутність законодавчої бази, що регулює відносини. Художники використовують будь-яку можливість для продажу своїх робіт: галереї, дилери і прямо з майстерні. Стратегія хаотичної реалізації своїх творів за різними цінами зводить потенційний прибуток галерей до нуля, у результаті чого відмовляється вкладати кошти в розкручування художників. Серед перспективних варіантів просування своїх картин для сучасних українських художників окремо варто згадати аукціони. Вторинний ринок мистецтва, крім популярності, може надати ще одну важливу послугу – вихід на приватних колекціонерів з солідним капіталом. Зрозуміло, цього рівня вдається досягти далеко не всім. Існує ще один спосіб підкорення українського артринку – це співпраця з куратором. Його основним завданням є переклад складної мови образів і форм на мову, зрозумілу потенційним клієнтам. Тобто він займається презентацією і інтерпретацією творів, розкриваючи закладені в них смисли. Ефективність його послуг буде залежати не тільки від його вмінь розкривати цінність полотен, а й стримувати прагнення до вираження особистої думки, здатної затьмарити самі картини. Надалі куратор зможе допомогти художникові пробитися в українські або закордонні галереї, працюючи з ними безпосередньо або через артдилерів.

Юлія Ковальова, архітектор, автор проєкту codeky.art зазначає, що «... реалії такі – в Україні немає артринку. Цей процес ніяк не регулюється на законодавчому рівні, немає зрозумілих правил гри і єдиного реєстру робіт. Немає системної підтримки ані від держави, ані від меценатів. Завдяки розрізним зусиллям небайдужих є кілька системних програм підтримки молодих талантів, решта мають радше епізодичний характер. На жаль, у нашій країні мало хто зацікавлений вкладати в розвиток молодих художників. У той же час українські галереї не виконують своїх завдань вповні. Підтримка художника – світова практика для будь-якої галереї в Західній Європі або США, тому що він – її основна цінність... В Україні ж галереї часто просто виставляють роботи, при

<sup>495</sup> Codeky: «Український арт-ринок дуже оптимістичний». *Art Ukraine*. 25.03.2017. URL: <http://artinukraine.com/uk/sodeky-ukrayinskij-art-rinok-duzhe-optimistichnij/>

цьому йдеться тільки про наших іменитих митців. Молоді, невідомі або початківці, залишаються за бортом. А скільки талановитої молоді обирає собі більш «стабільний» професійний шлях, розуміючи, що в наявних умовах художнику не вижити. Саме тому наші галереї випадають з комунікації «художник – колекціонер», тут балом правлять артдилери. Це дуже непублічний ринок, де угоди відбуваються за зачиненими дверима... В Україні чисельність хороших художників істотно перевищує чисельність тих, хто цікавиться мистецтвом і може його підтримувати. Хтось має розірвати це порочне коло, причому не тільки на рівні держави. Безумовно, Україні дуже потрібен Центр сучасного мистецтва і музей сучасного мистецтва, які потрібно спочатку позиціонувати частиною міжнародної сцени. Але нам також необхідне створення умов, у яких митці виробляли б свої принципи, формувалися інститути критики, кураторства, необхідне фінансування на постійній основі – як від держави, так і від меценатів. Це має бути єдина стратегія, зрозуміла для всіх учасників. Так, артринку не може існувати без художників. Але не менш цінні його учасники – куратори, галеристи, власники аукціонних будинків, онлайн маркетплейси, артдилери, колекціонери та меценати. Саме ці люди впливають на розвиток сучасного мистецтва»<sup>496</sup>.

Щодо прогнозів розвитку артринку насамперед, на думку учасників цього ринку, буде спостерігатися повільна позитивна динаміка. У світі українське мистецтво продовжує користуватися попитом. Поступово буде розширюватись пропозиція якісного мистецтва у всіх ринкових сегментах, зокрема в нижньому і середньому ціновому. Цьому сприятиме як зміна законодавства, що стосується ввезення-вивезення культурних цінностей, так і розвиток електронних майданчиків, орієнтованих на роботи молодих художників. Структура споживчого попиту, на думку аналітиків, має змінитися. Очікується зростання споживання тиражного мистецтва (графіки, фото, відео та ін.). Цьому сприятиме і розвиток технологій. Зокрема, використання 3D-принтерів, дизайнерських матеріалів і т.ін. У низці випадків тиражування роботи може дозволити знизити ціну на артоб'єкт. Крім того, на думку організаторів торгів, українському мистецтву на вітчизняному артринку доведеться конкурувати з таким самим за рівнем зарубіжним мистецтвом. Змішані колекції стають популярними. У майбутньому

<sup>496</sup> В Украине нет арт-рынка. *НВ*. 12.03.2020. URL: <https://nv.ua/biz/experts/v-ukraine-net-rynka-iskusstva-pochemu-eto-opasno-i-chto-s-etim-delat-50075309.html>

ця тенденція буде тільки посилюватися. Аукціонний бізнес також буде поступово розвиватись. Уже зараз на торгах можна зустріти лоти рівня Christie's або Sotheby's. Усе більше гравців буде спеціалізуватись в продажі сучасного мистецтва. На думку учасників ринку, можлива поява середніх і дрібних онлайн-гравців. Українські галереї будуть виступати за більшу прозорість артринку. Ідеться про публікацію каталогів з цінами на офіційних сайтах. Варто відзначити, що зараз навіть не у всіх галереях представлені прайс-листи. Такий підхід дозволяє маніпулювати цінами. Крім того, галереї стануть більш активно просувати молодих художників, як це відбувається на розвинених ринках. Це дозволить артдилерам зайняти свою «унікальну» нішу на висококонкурентному ринку, а сучасним художникам стати драйвером розвитку ринку.

*Чи є в запасниках Tate роботи українських художників?* Є роботи Олександра Архипенка, Бориса Михайлова, Соні Делоне, Якоба Крамера, Мане Кац, Іллі Рєпіна, Казимира Малевича. В окремих проектах і виставках брали участь Уляна Гуменюк і Олег Кулик. І хоча не всі ці художники життєвий шлях провели в Україні, у фондах Музею їх роботи представлені саме як спадщина України. Є хороші передумови для того, щоб нашу культурну спадщину було більше представлено міжнародній громадськості. Так, одним з спонсорів нового крила Tate, побудованого і відкритого в 2016 р., є виходець з України, відомий у Великобританії і США бізнесмен і філантроп Леонард Блаватник. За всебічну підтримку знакового для культури об'єкта будівлі присвоїли ім'я мецената – Blavatnik building. У 2017 р. Єлизавета II вручила нашому земляку лицарське звання за заслуги у сфері філантропії. Сподіваюся, така активна позиція додасть імпульс до глибокого вивчення спадщини українських художників. *За роки незалежності як багато було продано робіт українських художників Christie's і Sotheby's?* Восени Sotheby's і Christie's проводять тематичний аукціон, присвячений так званому «російському мистецтву». У цей аукціон включаються всі художники - вихідці з пострадянських країн, зокрема і Україна. Дуже часто і успішно продаються роботи таких художників, як Давид Бурлюк. Крім цього, Christie's в 2015 р. продали скульптуру Олександра Архипенка «Жінка, яка розчісує волосся» за \$ 2, 045, 000 у межах тематичного аукціону «Музи художників». Його роботи зустрічаються досить часто в межах різних тематичних аукціо-

нів або ж аукціонів, присвячених імпресіоністам і модерну. Ви регулярно відвідуєте світові артярмарки Frieze і Art Basel. Що має статися, щоб ці знакові заходи пройшли рано чи пізно в Україні? Артярмарки подібного роду вкрай рідко розширюють свою географію. Але з нинішнім прискореним переміщенням в онлайн географічна локація стає умовною. Тому шанси достатньо великі для проведення артярмарку міжнародного рівня за умови грамотного залучення галерей-учасників, колекціонерів і сильної технічної підтримки проєкту. Тим більше, що Україна йде в ногу зі світовим переходом в діджитал. Наприклад, між стрибком діджиталізації в карантин у США і діджитал-ініціативами київської галереї «Карась» (проєкт «Сіль-Соль») різниця не більше одного місяця. Які кроки, на ваш погляд, мають зробити гравці українського артпроцесу, щоб сучасне мистецтво країни увійшло у світовий контекст і могло бути представлено на престижних аукціонах окремим блоком, а не в категорії «російське мистецтво»? Аукціонний будинок Phillips регулярно включає роботи сучасних українських художників у торги, присвячені сучасному мистецтву, де ці роботи можуть бути представлені разом з іншими світовими зірками сучасного мистецтва. А в межах торгів, присвяченим російському мистецтву, ми зустрічаємо художників, які творили за часів Радянського Союзу, і я думаю, що це є основним моментом об'єднання в єдині тематичні торги. Що стосується популяризації українського мистецтва на світовому ринку, то дуже важливу роль відіграють артдилери та колекціонери-філантропи. Наприклад, передача низки робіт українських художників у колекцію Центру Помпіду «Клубом колекціонерів» можна розглядати як потужний прорив у цьому напрямі. Дуже важливо те, щоб ці роботи були представлені на виставках, і про них дізналася широка аудиторія, але те, що вони будуть перебувати в фондах такого музею як «Центр Помпіду» – вражає. Артдилери грають важливу роль у просуванні художників, і, можливо, сьогодні дуже багато залежить від них. Наприклад, можливість просування українського мистецтва шляхом виставок, участі в міжнародних артфорумах, консигнації на торги міжнародним аукціонним будинкам, а так само проведення різних тематичних вечорів, присвячених українському мистецтву із залученням іменитих кураторів та інших впливових представників артсвіту, а також різних освітніх проєктів за межами України. Так само той факт, що на 58 Венеціанському бієнале український павільйон нарешті перший раз був в одній з двох головних локацій заходу –

дуже радує. Така локація сприяла тому, щоб з проектом ознайомилося набагато більше людей<sup>497</sup>.

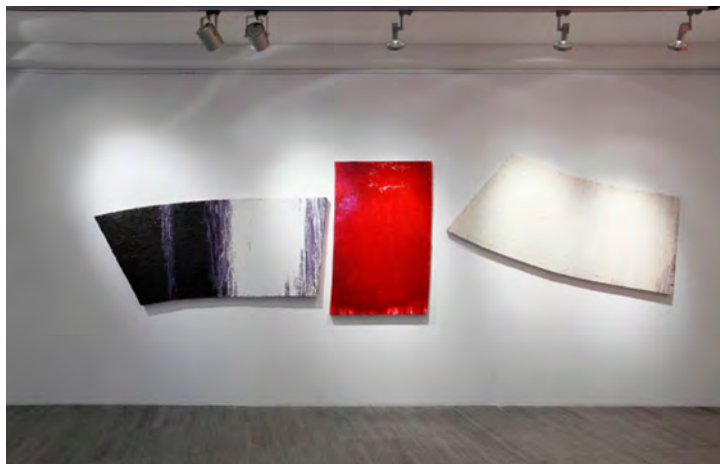
Що стосується української аудиторії, то, за експертними оцінками, ядром залишаються заможні консервативні колекціонери у віці від 35 до 55. Купівельна спроможність середнього класу (нечисленна категорія) поки не відновлена, але інтересу до мистецтва, який проявляє середній клас в розвинених країнах, не спостерігалось і до настання кризи. Для молоді в пріоритеті залишиться інтелектуальне споживання. В артринку, на думку експертів, хороший потенціал. Високий рівень культурного розвитку, зростаючий інтерес до мистецтва, активно розвивається галерейний і аукціонний бізнес, а також наявність перспективних молодих художників, є основоположними для залучення зарубіжних партнерів, які зможуть підвищити рівень розвитку арткомерції в Україні.

*Лідер школи сучасної української неоабстракції, засновник та ідеолог художнього угруповання «Живописний заповідник», художник-абстракціоніст Тіберій Сільваші розповів про філософську категорію часу, нову функцію мистецтва, кризу антропоцентризму і своє ставлення до аукціонів. «Я все життя займався живописом. Просто в різні періоди моєї практики те, що називається живописом, розумілося мною по-різному. Зараз, мені здається, я прийшов до розуміння його природи. І своєї, звісно. Живопис мені її пояснив. Розмивання кордонів у різних видах мистецтв, їх інтеграція, говорить не про їхню бідність, вичерпаність ресурсів, а про перенесення центру ваги на інші смислові центри. А водночас ми спостерігаємо інший, зворотний процес – коли певні види мистецтва, повертаються до своїх витоків. Такий екзистенційний поворот.*

Найцікавішим у мистецтві є споглядання, дослідження, співучасть у проявах взаємодії тих сил, що породжують структурні аналогії, результатом яких є поява витворів мистецтва. Можливо, тому для мене важливою стала проблема часу. Й історичного, й екзистенційного. Зараз я займаюся як куратор двома проектами KNO, у музеї Булгакова. Один проходить наразі там, у ньому, як і в наступному міжнародний склад художників: Теймур Деїмі (відео) з Азербайджану, італієць Турі

<sup>497</sup> Коршун А. Работы Сони Делоне, Казимира Малевича и Ильи Репина в британском Tate хранятся как украинское культурное наследие. *Митец*. 15.07.2020. URL: <https://mitec.ua/anna-korshun-raboty-soni-delone-kazimira-malevicha-i-ili-repina-v-britanskom-tate-hranyatsya-kak-ukrainskoe-kulturnoe-nasledie/>

Сіметті (об'єкт) і українець Олексій Буїстов (фото). Мені давно хотілося зробити проєкт, де інші медіуми у свій спосіб говорять про живопис. Проєкт про природу живопису. Ну і кожного дня робота в майстерні – своєрідний ритуал.



**Тіберій Сільваші, Живопис, проєкт «Поверхня», 2011 р.  
Галерея «Боттега»**

Щодо участі в аукціонах: це питання не про мистецтво, а про систему мистецтва, в яку твір потрапляє як предмет соціально-економічних відносин. Аукціони є частиною ринкової економіки і підпорядковуються та функціонують, власне, за його законами. Я залишаюся відданим власній позиції, незалежній оцінці явищ. Розуміння й аналіз механізмів функціонування суспільних сил для мене залишаються важливими. Мої аргументи сформульовані чітко: абсолютна мистецька цінність не завжди збігається з відносною ціною на ринку. І це не означає, що я назавжди дав обіцянку не брати участь в аукціонах. Тим більше, що наразі це не так, адже існують і благодійні аукціони. Не варто абсолютизувати його місію, створюючи нову ієрархію, спираючись лише на результати торгів. Звісно, у нас, при слабкому існуванні інституту критики, при відсутності аналітичних видань, при розмитих критеріях оцінок творів і явищ в мистецтві, єдиним сталим критерієм є ринкова ціна. На жаль, аргумент грошей б'є аргументи критичного аналізу й інтелектуальні аргументи».<sup>498</sup>

<sup>498</sup> ART NOW: Тіберій Сільваші. Про філософський живопис, безжальну ринкову систему та кризу антропоцентризму. *Art Ukraine*. 26.10.2018. URL:

Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків передусім відомий зібранням мистецтва Європи, Азії та Давнього світу. Фонди інституції наразі налічують понад 25000 предметів, приблизно 1000 вибраних артефактів експонуються постійно, решту експонатів можна побачити на різних виставках. Серед шедеврів Музею – найдавніші у світі християнські ранньовізантійські ікони VI-VII ст., твори античного мистецтва, живопис та скульптура старих майстрів, зокрема картини Рубенса, Сурбарана, Давида, Буше, Лебрена, художників із династії Белліні та ін., а також класичний китайський живопис, японська ксилографія, тибетські ікони, іранські глеки XIII ст. з мереживним тулубом у формі півня, килими та мініатюри Близького Сходу, Центральної Азії та Кавказу. У фондах музею є невелике зібрання сучасного мистецтва: низку робіт було подаровано в XX – на початку XXI ст., але гучних імен на кшталт Малевича або Далі серед них немає. На думку дослідників Музею Ханенків, у цьому є частка впливу політики радянського часу, що спричинила штучну провінціалізацію – усі цінні предмети перенаправлялися в Ленінград або Москву, оскільки регіональні музеї не мали конкурувати з центральними. Також за радянських часів не віталася глибока зацікавленість сучасним мистецтвом «капіталістичного світу», хіба що для його критики. Нині в Музеї Ханенків хотіли б відійти від традиції експонувати лише класичне мистецтво без діалогу із сучасним. На початку цю прогалину планують заповнити виставковими проєктами (одним з таких проєктів має стати виставка робіт Матвія Вайсберга, що запланована на осінь). З часом також сподіваються розширювати колекцію зарубіжного сучасного мистецтва.

---

Стосовно українського ринку альтернативних інвестицій, то, на думку аналітиків, він доки ще організований досить слабо, він не структурований, немає чітких і зрозумілих правил гри. Серед основних проблем формування українського art banking можна відзначити відсутність знань у інвесторів про цю послугу, складність розрахунку дохідності, відсутність традицій інвестування в предмети мистецтва, менталітет і бажання зафіксувати прибуток відразу. Відсутні і повноцінні дослідження цього сегменту, активне просування ринку. Водночас існують такі чинники, як низька довіра до вітчизняних експертів і складні процедури перевезення цінностей.



«Що ж робити інвестору: тонкощі, досвід, професіоналізм. Перше питання, що постає перед тим, хто вирішив зайнятися артінвестиціями: скільки коштує перепустка на ринок? Багато. Чим більше у вас грошей – тим краще. Пара картин сучасних українських художників обійдеться вам у 10-50 тис. дол. США, а для гри на західному ринку краще відразу запастися кількома мільйонами. Чому так дорого? Купуючи «Крик» Едварда Мунка, ви купуєте не красиво розписане полотно відомого художника, а символ епохи»<sup>499</sup>. Наступне питання: де купувати? Звісно, не на Андріївському узвозі, а на спеціалізованих аукціонах і в галереях. Лише в Києві близько 50 галерей, де фахівці допоможуть підібрати вам витвір мистецтва під ваші фінансові можливості. Тепер виникає питання: що купувати? Можна зважати на давню пораду антикварів: «Чим старше – тим надійніше». Можна уважно проаналізувати статистику торгів за останнє десятиліття щодо уподобаного вами художника. А можна диверсифікувати ризики, як на фондовому ринку, і купити відразу «пакет» – десяток не надто дорогих картин сучасних авангардистів. По суті, вибір залежить тільки від ваших уподобань, вмісту гаманця і знань. Слід пам'ятати, що ви інвестуєте не в картину, хоча, безумовно, якість полотна відіграє певну роль. Насправді ви інвестуєте в біографію художника. Вартість картини залежить від того, хто і за скільки раніше купував його роботи, у яких галереях відбувалися виставки автора, до якого періоду творчості митця належить полотно (раннього або пізнього), хто був попереднім власником картини, наскільки актуальний сюжет роботи для сучасників тощо. Що ще може підвищити вартість картини з часом? Смерть. Хороший художник – мертвий художник. Як би цинічно це не звучало, але смерть добре підвищує ціни на роботи митця. Так було з полотнами Енді Ворхола, так трапилося з маловідомим за життя Френсисом Беконом. Через 16 років після його смерті, у 2008 р. його картину «Орієнтир канонічного ХХ століття» продали за 86,3 млн дол. США. І останнє. Продаж картини може виявитися не менш важким завданням, ніж її придбання. По-перше, аукціони світового рівня проводять лише двічі на рік. А по-друге, будьте готовими віддати 12-20% виручених від продажу полотна грошей як комісійні аукціонному будинку<sup>500</sup>.

---

<sup>499</sup> Інвестиції в картини: секрети гри на світовому ринку живопису. *Bankchart.com.ua*. 05.04.2013. URL: [https://bankchart.com.ua/finansoviy\\_gid/investitsiyi/statti/investitsiyi\\_v\\_kartini\\_sekreti\\_gri\\_na\\_svitovomu\\_rinku\\_zhivopisu](https://bankchart.com.ua/finansoviy_gid/investitsiyi/statti/investitsiyi_v_kartini_sekreti_gri_na_svitovomu_rinku_zhivopisu)

<sup>500</sup> Інвестиції в картини: секрети гри на світовому ринку живопису. *Bankchart.com.ua*. 05.04.2013. URL: [https://bankchart.com.ua/finansoviy\\_gid/](https://bankchart.com.ua/finansoviy_gid/)

В Україні у напрямі art banking працюють два-три банки і дві-три інвестиційні компанії. Водночас деякі з них пропонують тільки вузький сегмент для інвестицій, наприклад виключно сучасне мистецтво або акцент тільки на український живопис. З якої суми можна починати альтернативні інвестиції. *По-перше*, такого роду інвестиції повинні мати місце, якщо у Вас є інші джерела отримання прибутку. Частка альтернативних інвестицій у загальному інвестиційному портфелі не має перевищувати 10%. *По-друге*, усе залежить від предмета інвестиції, альтернативні інвестиції немає необхідності диверсифікувати, краще вибрати 1-2 напрями, які вам ближчі за інтересом, і почати формувати власну колекцію, отримуючи не лише прибуток, але і естетичну насолоду. Серед порад: по-перше, завжди слухайте своє серце і купуйте тільки те, що приносить вам істинне задоволення. По-друге, довіряйте своєму персональному банкірові, оскільки саме він зацікавлений не лише у збереженні вашого капіталу, але і в його довголітті. По-четверте, прищеплюйте любов до мистецтва своїм дітям, це забезпечить передачу капіталу в гідні руки<sup>501</sup>.

«**Арт-банкінг**»<sup>502</sup> – це послуга аукціонного дому «Золотий перетин» з рекомендаціями клієнтам, у які саме твори мистецтва їм вигідніше інвестувати капітал, щоб у майбутньому їх можна було б реалізувати з прибутком. Експерти, покладаючись на професійний досвід і стан артринку на поточний момент, враховуючи переваги і бюджет клієнта сформують інвестиційний портфель, що складається з предметів живопису провідних українських художників XIX-XXI ст. Ця послуга розрахована як на корпоративних, так і на приватних інвесторів. Спектр пропонованих послуг різноманітний і охоплює такі сфери: консультування з формування колекцій інвестиційної якості; аналіз колекцій або окремих предметів мистецтва; консультації з питань підбору колекцій, управління та довгострокової підтримки їх цінності; підбір творів мистецтва для інвестиційного портфеля; експертиза достовірності твору мистецтва; реставрація та зберігання. Аналіз тенденцій ринку предметів мистецтва, у співпраці з провідними

investitsiyi/statti/investitsiyi\_v\_kartini\_sekreti\_gri\_na\_svitovomu\_rinku\_zhivopisu

<sup>501</sup> Проект «Фінансова грамотність». Журнал «Фінансовий консультант». 2020. URL: <http://fin-advice.com>

<sup>502</sup> Арт-банкінг. *Золотий неперізі*. 2020. URL: <http://ua.gs-art.com/services/art-banking/>

експертами, дозволяє нам здійснювати адекватну оцінку вартості творів мистецтва на поточний момент, що підтверджується динамікою продажів того чи іншого художника на українських і міжнародних аукціонах. Це дає можливість клієнту оперативно управляти портфелем, що складається з предметів мистецтва, забезпечуючи, крім високої художньої цінності, примноження інвестицій. Інвестиції в мистецтво – це один з можливих шляхів навчитися бути справжнім поціновувачем прекрасного, заробити чималий капітал, прикрасити інтер'єр та просто правильно вкласти гроші. Праця в такій сфері вимагає великих грошових витрат, трудового ресурсу, багато часу та досвіду. І ще завжди слід пам'ятати, що лише за наявності необхідних навичок та умов, можна отримати бажане.<sup>503</sup>

---

Заслуговує на увагу видання<sup>504</sup>, де розглядаються питання ціноутворення на твори мистецтва від епохи античності до сьогодення. Аналізується динаміка зростання цін на артринку на твори Мікеланджело, Рембрандта, Делакруа, Віслера, Сезанна, Дега, Т. Шевченка, Малевича та ін. До історичної ретроспекції залучені відомості щодо продажу мистецьких творів на сучасних аукціонах. Зокрема, автор зазначає, що «Відносний порядок на артринку України намагався внести «Лаукціон» у листопаді 1996 р. Його організатор – київська галерея «Ларт», головним завданням вважала розширення кола споживачів сучасного мистецтва, пропонуючи речі відомих авторів, які пройшли відбір і оцінку експертів. Найбільш значними сумами було оцінено роботи лауреата Держпремії України Т. Яблонської (від 3,5 до 4 тис. дол. США), В. Реунова (від 2,5 до 3,5 тис. дол. США). Інший котирувальний рейтинг, проведений фондом «Гаттамелата» в Києві (1997 р.), засвідчив досягнення деякими художниками відмітки в 5 тис. дол. США (О. Тістол, В. Бажай, О. Животков, П. Маков). Свій оціночний рейтинг пропонував і журнал «Галерея».

---

Серед усього комплексу проблем українського артринку, фаховий розбір яких я пишу ринковим аналітикам і дилерам, для себе я виокремила таке спостереження. Воно стосується насамперед цільової аудиторії, яка здатна розширити й пожвавити, – колекціонери-початківці,

---

<sup>503</sup> Інвестування в мистецтво. *Про інвестиції*. 2018. URL: <http://про-інвестиції.укр/інвестування-в-мистецтво/>

<sup>504</sup> Побожій С. І. Цінність і ціна мистецтва: збірник статей. Суми: Університетська книга, 2016. 159 с.

wannabe-колекціонери, спорадичні покупці мистецтва або ті, хто лише замислюється про це. В увявленні багатьох з тих, хто морально й фінансово готовий стати колекціонерами сучасного мистецтва, арттринок радше асоціюється зі сферою благодійності, аніж з ринковими стосунками. Проявляється це у кілька способів. По-перше, це шалена популярність творів мистецтва в ролі лотів на благодійних аукціонах, що їх часто влаштовують різні фонди, корпорації чи приватні особи з добродійною метою. Робота з художніми «лотами» на таких заходах потребує окремої експертизи, якої якраз таки і бракує організатором: зрештою, відбір творів часто є випадковим, не якісним і створює дивний образ «українського сучасного мистецтва» для тих, хто матиме з ним першу очну ставку на такій благодійній події. А вартість творів зазвичай відображає загальну «цінову політику» заходу та рівень благодійного азарту гостей, аніж сякі-такі ринкові реалії. Зрештою, твори дійсно значимих авторів можуть бути придбані за символічну стартову ціну. А не цікаві, проте з різних причин привабливі «випадкові» твори отримують навколо справжній аукціонний хайп. Другий прояв такого собі благодійного арттринку – це «тихі аукціони» на facebook, які збирають кошти для лікування близьких і друзів, або ж на користь самих художників, які опинилися у фінансовій скруті. На таких facebook-аукціонах новоприбулі та досвідчені колекціонери мають гарну нагоду придбати дійсно хороші твори (адже їх вибирали самі автори) за ціною, суттєво нижчою за ринкову. А іноді й просто за символічну, якщо є потреба зібрати кошти якнайшвидше. Мені лишається лише схилити голову перед художниками, які щирозсердно передають свої роботи на добру справу. Як і перед тими художниками, які не цураються відкрито просити про допомогу і, зрештою, саме художники є головними благодійниками в таких ситуаціях. Ці два кейси ілюструють для мене два моменти. По-перше, арттринок має нову аудиторію, яка лише підступається до нього. Люди цікавляться мистецтвом, готові платити за нього, готові жити з ним. Але – і це по-друге – «точкою входу» для придбання мистецтва стає певна додана вартість, благодійний жест, бонусом до якого стає отримана у власність робота. Я не маю статистики, скільки таких колекціонерів-благодійників продовжували вже свідомо поповнювати й розвивати свої зібрання. За моїми особистими спостереженнями, стоп-фактором може бути щирий подив реальним ринковим цінам у галереях, на комерційних аукціонах і в майстернях художників, які можуть

радикально відрізняються від запропонованих на благодійних подіях. Водночас реальні ціни, звісно, будуть видаватися завищеними, а не навпаки. Виправити таку дезорієнтацію в ціноутворенні може лише розуміння символічної цінності твору, тобто його місця в, даруйте за пафос, історії мистецтва. А відтак і розуміння, що символічна цінність формує цінність фінансову, а не навпаки<sup>505</sup>.

---

На жаль, на сьогодні офіційний моніторинг сфери образотворчих мистецтв не проводиться. Дослідження, ініційовані учасниками ринку і аналітичними компаніями, тільки починають проводитися. Унаслідок чого кількісні оцінки перспектив українського артринку ускладнені.

---

<sup>505</sup> Герман Л. Колонка про арт-ринок. *Your Art*. 07.05.2020. URL: <https://supportyourart.com/columns/art-market>

---

**Розділ 8.**  
**Цифровізація мистецтва**







## 8.1. Цифрове мистецтво як основний тренд розвитку культури

Сучасний світ переймається проблемами, спричиненими процесами, що проявилися на зламі тисячоліть і набули широкого поступу в останнє десятиліття ХХІ ст. – це новий етап технологічних змін і закріплення принципів інформаційного суспільства й посилення цифровізації (цифрової трансформації), що визначають економічний і соціальний тип розвитку міжнародної і національної економіки, регіонів та окремих міст. На рівні державної влади, бізнесу та окремих громадян відбувається усвідомлення неминучості таких змін і необхідності застосування реальних зусиль щодо їх втілення в життя з врахуванням ролі і значущості людини в прийдешньому цифровому майбутньому.

Технологічний імператив продовжує бути драйвером сьогодення, формуючи нову модель культури, де визначальними та впливовими є інформаційно-технологічні чинники. Культура як система знакових засобів є природним об'єктом зберігання і передачі інформації. Принципова відмінність інформаційної технології від попередніх полягає в тому, що її об'єктом є не матеріальні предмети, а ментальні. У сфері культури завдання полягає в тому, аби вийти на якісно новий рівень участі людини у творчій діяльності за рахунок створення нових форм культурного життя. Посилення техно-дискурсу в культурі супроводжується появою нових форм конвергенції соціогуманітарного знання та інформаційних технологій. Напрями розвитку цифрової культури представляють багатоаспектні практики в науковому пізнанні (цифрові гуманітарні науки/Digital Humanities), контекстна епістемологія); в освіті (Art-&-Science, гейміфікація); у мистецтві (пост-цифрове мистецтво, відео інсталяції) та ін.

З позицій культурології, «цифрова культура» – термін для позначення етапу розвитку культури, що формується відповідно до принципів і механізмів розбудови цифрового суспільства. У своїй основі цифрова культура відповідає загальній уяві про культуру як систему цінностей, що об'єднують суспільство у відповідну певну епоху і за певного рівня розвитку у ньому суспільних відносин. Вочевидь, що з позицій міждисциплінарного підходу трактування цифрової економіки і цифрового суспільства визначають специфіку цифрової культури та її складову – цифрове мистецтво (ЦМ). Якщо contemporary art майже усунув грані між реальністю і художньою естетикою, то цифрові технології відкрили новий простір для творчих досліджень,

спрямованих на усвідомлення смислу і ціннісно-естетичного світу художніх витворів.

Актуальність розгляду сутності цього питання очевидна, оскільки мистецтво є невід'ємною та необхідною сферою в житті кожної людини. Окрім того, зростаюча роль цифрових технологій у культурній сфері та поява широкого спектру нових форм медіакультури і мистецтва на основі цифрових технологій, які виходять за межі традиційного мистецтва, стали сучасним мейнстрімом, де науковці, експерти та художники прагнуть обґрунтувати сутність їхньої природи та розглянути ретроспективу формування нових цифрових форм мистецтва як з точки зору технологій, так і з точки зору соціокультурних змін, що виникають у суспільстві.

Стосовно самого означення цифрового мистецтва (найбільш вживаними дефініціями є «комп'ютерне мистецтво», «кібермистецтво», «дигітальне мистецтво», «мультимедійне мистецтво»), то мистецтвознавці і художники розуміють під ним творчу діяльність, започатковану на використанні інформаційних (комп'ютерних) технологій, результатом якої є твори в цифровій формі (або створені спочатку із застосуванням комп'ютера), і принципово новий вигляд художніх робіт, основним середовищем існування яких є комп'ютерні і мережеві платформи. Слід зазначити, що деякі автори до цифрового мистецтва не відносять витвори традиційного мистецтва, переведені в цифрову форму, що імітує первинний матеріальний носій (наприклад, відскановану фотографію, оцифрований фільм або записану в комп'ютер класичну музику), проте такі оцифровані твори можуть включатися в структуру цифрових проєктів художників як певні елементи, матеріали для створення кінцевого витвору.

Отже, вважається, що у зв'язку з тим, що цифрове мистецтво існує одночасно у сфері мистецтва і у сфері технологій, поняття, якими оперує ця структурно-технологічна форма мистецтва, розподіляється на дві групи: (1) художня, її термінологія прийшла з галузі образотворчого мистецтва (стиль, простір, середовище, композиція, пропорції, пластика, ритм, колір, світло, контраст, нюанс, фактура); (2) технічна – прийшла в дизайн зі сфери техніки і технологій. Медіа-мистецтво, або медіарт використовує в ролі художнього поля сучасні комунікативні технології. Мультимедіа (від латинського *multy* – множинний і *media* – середовище, засіб) дослівно означає «багато середовищ» або «безліч засобів». До «мультимедіа» існував термін «мультиплікація»

– вид кіномистецтва<sup>506</sup>. На сучасному етапі такі види візуально-комунікативної творчості тісно пов'язані з цифровими технологіями. Використовуються анімовані зображення, що сформували власний вид дизайнерської діяльності – *motion design* *Motion Design* – напрям сучасного мистецтва, що становить симбіоз графічного дизайну і динамічної графіки, такий як фільми, відео або комп'ютерна анімація. Під час його створення ведеться робота з відеоматеріалами, 3D-графікою (наприклад, спецефекти до фільмів, мультимедійні презентації або різні тривимірні логотипи телеканалів, зокрема титри до фільмів). Останнім часом якісний *motion design* все частіше можна зустріти на сторінках інтернет-ресурсів або в різних рекламних роликах світових брендів. У поняття медіа-мистецтва входять такі, наприклад, його різновиди як: відеоарт; телекомінікейшнарт, мистецтво відео-інсталяцій, нетарт, або мережеве мистецтво, які становлять собою самостійні витвори мистецтва.

На сьогодні дискутуються питання щодо існування сучасного технологічного мистецтва – діджиталарт і біоарт, які багато незвичайного і парадоксального внесли в сучасну культуру, а разом з нею і в розуміння сучасної людини<sup>507</sup>. Обговорюються найважливіші естетичні проблеми, серед яких: доля оригіналу художнього твору і його унікальності; подолання погляду на твір мистецтва як на матеріальний предмет, ув'язка з новим статусом його існування у вигляді файлу даних; повернення в мистецтво художності після відносно тривалого періоду її розчинення і ліквідації в постмодернізмі; нові умови стилеформування у мистецтві. Відомий представник американського попарту Е. Ворхол винайшов свого часу технологію виробництва «зірок», тоді вже названу «іміджмейкерство». Реалізуючи своє естетичне кредо: «Якщо не всі прекрасні, то і ніхто не прекрасний», він всього лише по фотографіях підганяв будь-яке, невиразне обличчя під тип, зрізуючи подвійні підборіддя, прибираючи зморшки, роблячи очі яскравішими. Це вимагало від нього великих зусиль. Тепер цю ж операцію в автоматичному режимі робить електронна програма Adobe Photoshop та

<sup>506</sup> Основні поняття цифрового мистецтва. *Естетика у сучасному світі*. 2018. URL: <http://estetica.etica.in.ua/osnovni-ponyattya-tsifrovogo-mistetstva-2018/#more-2655>

<sup>507</sup> Мигунов А. Диджитал-арт и био-арт в поисках новой формулы человека. *Философия современного искусства: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции*. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014. 404 с.

інші відповідні програми<sup>508</sup>. Дійсно, сучасний художник не відчуває таких «мук творчості» і не шукає інсайту (осаяння) – відправну крапку творчого процесу так, як він робив це раніше. Але щоб сформувати концепцію – головне в новому творчому процесі – потрібні зусилля не меншого напруження, ніж раніше. Дігиталарт і біоарт ставлять художнику свої вимоги такого ж творчого характеру, поєднуючи в одній особі художника і вченого. Але вже сьогодні очевидно, що результат у творчості сучасного художника багато в чому залежить від того, наскільки успішно йому вдалося включити досвід світового мистецтва в «картину світу» навколишньої реальності, що його оточує<sup>509</sup>.

«Діджиталізація» світового артринку як феномен четвертої промислової революції активно досліджується зарубіжними науковцями та практиками. Зокрема, П. Аврора та Ф. Вермейлен підкреслюють такі ознаки цифрової трансформації, як зміна способів торгівлі (у напрямі онлайн), споживання (можливість купівлі без фізичного контакту з продавцем чи самим твором мистецтва) та оцінки творів мистецтва (за допомогою цифрових алгоритмів, без суб'єктивного впливу експерта). Особливу увагу в цьому контексті слід також звернути на роль діджиталізації артринку у підвищенні його прозорості та зростанні довіри між учасниками ринку<sup>510</sup>. Трансформація світового ринку творів мистецтва в умовах становлення Індустрії 4.0 здійснюється за кількома напрямками, такими як зростання ролі технологій у розвитку артринку і поява арттехнологічних стартапів; активізація онлайн-торгівлі на артринку; цифрова конвергенція аукціонного та дилерського ринків; удосконалення цифрової та аналітичної інфраструктури артринку; поява та розвиток блокчейн-технологій на

<sup>508</sup> Мигунов А. Дигитал-арт и био-арт в поисках новой формулы человека. *Философия современного искусства: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции*. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014. 404 с.

<sup>509</sup> Мигунов А. Дигитал-арт и био-арт в поисках новой формулы человека. *Философия современного искусства: материалы VI Овсянниковской международной эстетической конференции*. Москва, 13-15.11.2014 / Философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2014. 404 с.

<sup>510</sup> Aurora P., Vermeylen F. Art markets. R. Towse, C. Hanke (Eds.) *Handbook of the Digital Creative Economy Cultural Economics*. Edward Elgar Pub, 2003. URL: [https://www.academia.edu/5401898/Digitization\\_of\\_art\\_markets](https://www.academia.edu/5401898/Digitization_of_art_markets)

артринку, які дають змогу вирішити найважливіші проблеми артринку: його прозорість, авторські права, автентичність робіт і провенанс<sup>511</sup>.

Цифрове мистецтво може бути інтерактивним (інтерактивні інсталяції, мережеве мистецтво, цифрові телекомунікаційні проекти); машинно-генерованим (фрактальне, алгоритмічне мистецтво) або створеним рукою автора, точніше за допомогою монтажного і векторного графічного програмного забезпечення (цифрова фотографія, цифровий живопис, 3D-артанімація і т.ін.). Окрім того, цифрове мистецтво включається в більш загальне поняття «мистецтво нових медіа», яке, своєю чергою, входить до сфери так званого медіаарту як складової частини сучасного мистецтва (англ. contemporary art), а не як дизайн об'єктів масового споживання або комерційна практика. Отже, поняття Digital Art в перекладі з англійської означає «цифрове мистецтво», що включає сучасну комп'ютерну музику, анімацію і цифровий живопис – картини, які створюються за допомогою спеціальних комп'ютерних цифрових технологій і позиціонується як новий напрям, створений синергією художників, музикантів і комп'ютерних фахівців. Водночас цифровий контент визначається як інформаційний матеріал, здатний стати провідником основної ідеї, діяти для ретрансляції повідомлення або основного посилання.

**Інструменти, які полегшують управління артпроектами в Інтернеті.** *Zoom* – для тих, які не хочуть, щоб зібрання або заняття припинялися протягом кількох тижнів, відеоконференцзв'язок *Zoom* (ідеально підходить для невеликих і великих груп) як і раніше дозволяє проявити творчий підхід! *Facebook* або *Instagram Live* – це найкращий спосіб взаємодії з шанувальниками мистецтва і вашого проекту. *Mailchimp* – за допомогою цієї універсальної маркетингової платформи можна в найкоротші терміни створювати корисні розсилки, щоб залишатись на зв'язку в Інтернеті. *Asana* – веб-сайт або мобільний додаток, щоб організувати і спланувати майбутні проекти в період невизначеності. Ви можете призначати завдання, встановлювати пріоритети і терміни, обмінюватися думками про важливі деталі і візуально відображати свої успіхи. *Google Arts & Culture* – це онлайн-колекція експонатів з 1200 музеїв, галерей та інших організацій у 70 країнах. Тут ви можете шукати натхнення і більше дізнатися про культурну спадщину світу. *Quik* – програма, у якій можна безкоштовно створювати неймовірні

<sup>511</sup> Мельник Ю. В. Трансформація світового ринку творів мистецтва в умовах четвертої промислової революції. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 49-56. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journals/18\\_ukr/8.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/8.pdf)

відео за допомогою всього кількох дотиків. Виберіть свої улюблені фото і відео і за лічені секунди програма знайде чудові моменти, зробить прекрасні переходи і ефекти, а потім синхронізує усе під музику. Це дуже допоможе вам залишатися актуальним онлайн.

---

Слід зазначити, що, за даними міжнародних експертних організацій, онлайн-продажі предметів мистецтва і антикваріату в 2019 р. оцінені на рівні 5, 9 млрд дол. США, що на 2% менше за результати 2018 р. Водночас обіг мистецтва, проданого через Інтернет, склав 9% усіх продажів на артринку в грошовому вираженні. У 2019 р. 57% покупців мистецтва на спеціалізованих онлайн-майданчиках здійснили покупки на цих ресурсах уперше. Для аукціонних будинків «другого рівня» нові онлайн-покупці зробили 34% від загального числа покупок.

Ретроспектива показує, що ще до кінця ХХ ст. термін «цифрове мистецтво» був вживаним як «мистецтво нових форм», а музеї і галереї по всьому світу почали створювати і структурувати великі зібрання відповідних творів. Сьогодні в сутність «нових» вкладається те, що цифрові технології досягли такого рівня розвитку, що дають абсолютно нові можливості для творчості і його сприйняття. Важливим питанням у цьому є те, як виявити розмежування між мистецтвом, у якому цифрові технології використовуються як інструмент для створення більш традиційних творів (фотографій, гравюр, скульптур) і достовірно цифровим комп'ютерним мистецтвом, яке створюється, зберігається і поширюється за допомогою цифрових технологій і використовує їх як виразні засоби? Саме останнє, як правило, і позначають терміном «медіа-мистецтво». Багато культурологів, експертів, художників, музейників вже проголосили настання так званої ери медійного для постінтернетного мистецтва, яке проявляється у творах, обумовлених і сформованих цифровими технологіями, проте в остаточному своєму вигляді тих, що не вміщуються в межі певного набору виразних засобів. Отже, новий дискурс диктують інтерактивність і художні проекти, які забезпечують ефект присутності, не кажучи про те, що приходиться змінювати таким віртуальним реальностям<sup>512</sup>.

Як показують дослідження, вважається, що прихід цифрових технологій відбувся саме в кінці ХХ ст. і сприяв народженню нових форм цифрового, комп'ютерного, мережевого, інтерактивного мистецтва. Однак ще у 1946 р. американський експерт Чарльз Стейнбек охарактеризував винахід, представлений інженерами електротехнічної школи Мура

---

<sup>512</sup> Paul C. Digital Art. London: Thames & Hudson, 2003. 224 p.

при Пенсільванському університеті, – ENIAC як перший електронний цифровий обчислювач загального призначення, який можна вважати результатом чергової технологічної революції, що ознаменувала перехід з індустріальної ери в електронну. Він сприяв переходу від аналогового світу в цифровий всесвіт, який не накладав майже жодних обмежень. Відтоді знайшлося безліч його застосувань у культурі та мистецтві.

Проте, як показує практика, точкою відліку цифрового мистецтва вважаються 50-60-ті рр. ХХ ст., коли обчислювальні машини починають використовувати для того, щоб генерувати музику, зображення і текст. Зокрема, такі машини вперше були продемонстровані на виставці кібернетичного мистецтва *Cybernetic Serendipity* в Лондоні в 1968 р. Уявити кібернетичні системи як художні твори стало можливим завдяки уявленню про інформаційну естетику – можливість кількісно виміряти естетичний об'єкт. Одним з перших художників, який звернувся в середині 1950 рр. до концепту «нематеріального» був французький художник-новатор Ів Кляйн, який 28 квітня 1958 р. у Парижі презентував свою виставку «*Le Vide*» («Вакуум»). Художник пропонував відвідувачам абсолютно порожню галерею. Понад 3000 осіб стояли в черзі, аби відвідати порожній простір. Художник хотів довести, що мистецтво може бути «нематеріальним», його можна створювати з порожнечі, що навіть в порожньому просторі відбуваються процеси, які ми не можемо побачити, але відчуваємо на собі.

Уже з початку 1980 рр. цифрове мистецтво репрезентувалось художникам, критикам і дослідникам як територія на межі двох різних суспільств, що має динамічний характер, характеризується високою взаємодією естетизації комунікацій, штучного інтелекту, біотехнологій, комп'ютерних інтерфейсів, комп'ютерних віртуальних реальностей і т.ін. Художники прагнули відновити мову мистецтва, освоївши нові можливості віртуалізації образу, осмислити нові телекомунікаційні і віртуальні простори, використовуючи при цьому доступні цифрові девайси і технологічні новації. У західноєвропейському мистецтвознавстві подібні художні практики характеризують так звану «цифрову естетику»<sup>513</sup>.

У 1990 рр. відбуваються цифрові інсталяції і телекомунікаційні артпроекти таких художників, як Едуардо Кац (*Eduardo Kac*), Пол Сермон

<sup>513</sup> Cubitt S. *Digital aesthetics*. London; Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 1998. 172 p.; Drucker J. *SpecLab: digital aesthetics and projects in speculative computing*. Chicago; London: University of Chicago Press, 2009. 241 p.; Kwastek K., Warde N. *Aesthetics of interaction in digital art*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2013. 357 p.



(Paul Sermon), Тоні Дов (Toni Dove), Бренда Лаурел (Brenda Laurel), Стеларк (Stelarc), Пітер Вайбель та ін., які прагнули продемонструвати можливості віртуальних просторів як альтернативних світів, показати, що нематеріальний час і простір стають головним творчим засобом для медіахудожника, а сучасні телекомунікаційні твори фіксують остаточну дематеріалізацію мистецтва. Так, американці Марк Непієр і Джон Ф. Саймон займалися дослідженнями естетики цифрового коду; Група Knowbotic Research, медіаперформансисти Б. Лаурел, Тоні Дов, Даяна Громола та ін. цікавилися питаннями взаємодії реального та віртуального; Вільям Летем та Карт Сімс за допомогою комп'ютерів проводили експерименти зі штучним життям і штучними створіннями.

У сучасних артпрактиках центральними постають питання про те, як цифрові образи сприймаються людиною, як людина може їх використовувати, самореалізуватися в цифровому середовищі, тобто продовжує формуватися нова естетика – постцифрова естетика («пост» говорить не про вичерпаність цифрової естетики, а про перехід до нових способів її розуміння)<sup>514</sup>. За таких умов нове покоління художників, дизайнерів і творців звертаються до постцифрових практик з метою представити сучасний світ як гібридний, у якому цифрове і реальне, штучне і матеріальне рівноправні, співіснують, маючи рівну цінність. Наприклад, у своєму постцифровому артпроєкті «Reverse Abstraction» (2011 р.) художниця Ешлі Зелінські (Ashley Zelinskie) використовує 3D-принтери, аби створити скульптури, виконані на основі кодів – «мови» комп'ютерів і прагне згладити межі між тим, як мистецтво сприймається людьми і представляється комп'ютерами. Британська артгрупа «Троїка» продала свою цифрову кінетичну скульптуру «Cloud» (2008 р.) авіакомпанії British Airways і тепер вона прикрашає один із залів в аеропорту Хітроу (Heathrow Terminal 5). Конструкція, здається, оживає на очах, мерехтить, набуваючи нових форм, електронні цифрові імпульси матеріалізуються в реальні рухи алюмінію.

Художники-піонери цифрового мистецтва вважали, що у зв'язку з рівнем розвитку технологій їх творчість більше не має сприйматись як матеріальний об'єкт (декларація Мережевої Свободи Пері Барлоу), і закликали до тотальної цифровізації, відмови від «застарілої» людської оболонки і занурення оцифрованого «демателізованого розуму» у простори безкінечних мережевих цифрових потоків (Рей Курцвейл

<sup>514</sup> Деникин А. А. «Постцифровая эстетика» в художественных практиках цифрового искусства. *Обсерватория культуры*. Т. 14. № 1. С. 36-45; Cramer F. What Is «Post-digital»? *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. Palgrave Macmillan, 2015. Pp. 12-26.

і Ханс Моравек). Так, британський художник Гарольд Коуен (Harold Cohen) створив комп'ютерну програму ААРОН, яка могла «самостійно» малювати картини. Окрім того, він не програмував якісь конкретні зображення, але деякі «алгоритми творчості», завдяки яким програма ААРОН у реальному часі без будь-якої участі людини створювала те, що дуже схоже на «візуальне мистецтво». Однак слід вказати на критику переконань цих та інших «техноутопістів» 1990 рр., яка представлена в книзі Пітера Ладлоу «Криптоанархія, кібердержава і піратські утопії»<sup>515</sup>. Отже, з 1990 рр. до початку XXI ст. у сфері комп'ютерно-цифрових технологій відбувалися безпрецедентно стрімкі зміни, вони пройшли шлях від «цифрової революції» до ери соціальних медіа. І хоча основи багатьох цифрових технологій були закладені десятками років раніше, майже повсюдного поширення вони набули в останнє десятиліття XX ст.: апаратне і програмне устаткування комп'ютерів стало потужніше і доступніше, а поява в середині 1990 рр. всесвітньої мережі Інтернет поставила їх на рівень глобальної доступності.

Початок XXI ст. ознаменувався сплеском інтересу до нейромистецтва та інших систем, у які вбудовані і людина, і машина. Так, відома медіахудожниця Елен Перлман у 2016 р. представила першу у світі оперу, у якій вокал, зображення і музика генеруються мозковою діяльністю перформера. У своїй роботі Перлман не лише демонструє вплив когнітивних технологій і нейронауки на сучасне мистецтво, але і піднімає таку серйозну тему як вплив нових технологій на конфіденційність, особистий простір, свідомість людини.

Узагальнюючи ретроспективу формування цифрового мистецтва, слід назвати його особливості, а саме:

(1) ЦМ за допомогою цифрових технологій дозволяє відкрити несподівані сторони нецифрових аспектів буття;

(2) поява цифрових мистецтв спричинила появу нових художніх жанрів і форм, а такі галузі як, наприклад, тривимірна анімація, віртуальна дійсність, інтерактивні системи та Інтернет виявили небували широкі творчі можливості, а вплив на такі художні форми, як кіно, двомірна анімація, відеомистецтво, музика, цифрові технології сприяли створенню нових жанрових підвидів;

(3) цифрове мистецтво – це відкрита система, тому розвивається в контексті всього мистецтва і активно взаємодіє з аналоговим мис-

<sup>515</sup> Ладлоу П. Криптоанархия, кибергосударство и пиратские утопии. Екатеринбург: Ультра. Культура, 2005. URL: <https://www.libfox.ru/154515-piter-ladlou-kriptoanarhiya-kibergosudarstva-i-piratskie-utopii.html>

тецтвом, здійснюючи на нього вплив. Зокрема, насамперед потрапили під вплив цифрових мистецтв найбільш традиційні види образотворчого мистецтва – живопис, графіка, скульптура. Почали з'являтися голографічні зображення, що імітують картину, скульптуру, рельєф, навіть архітектуру. Найактивніше артмедіа вплинув на синтетичні мистецтва – хепенінг, перформанс;

(4) серед основних рис сучасного мистецтва, що сформувалося під впливом технологій – інтерактивність – можливість для глядача вступати в контакт з художником і навіть брати участь у створенні творів; нові художні засоби; елітарність цифрового (найчастіше мережевого і медіа) мистецтва. Цифрові технології дозволяють художникам не лише перенести в дигітальне середовище свій авторський стиль, манеру і почерк, але і імітувати різні стилі мистецтва<sup>516</sup> як стійкої єдності образної системи і виразних засобів, що характеризує художню своєрідність цілої епохи, – єдності, яка вважалася загубленою в середині ХХ ст.

У цьому контексті заслуговує на увагу таке поняття як «інтерактивність» як найбільш загальноживаний термін для позначення мистецтва, що з'явилося у цифрову епоху. Взаємодіючи з машиною (за допомогою складної роботи з автоматизованим, але «розумним» об'єктом), художник, своєю чергою, задає ситуацію взаємодії для аудиторії, яка або сприймає мистецтво з персональних пристроїв, або видозмінює його, слідує заданому алгоритму, який теж може варіювати залежно від команд або рухів глядача.

Цифровий перформанс ХХІ ст. стає інституційним жанром сучасного мистецтва, зокрема, за рахунок того, що перформаністи пропонують нову естетику, інколи виступають проти загальноприйнятих норм і правил, що характерні для постмодерну. Водночас у цьому вигляді мистецтва цінність складає не артефакт як витвір мистецтва, а співучасть і процес створення витвору мистецтва, коли активізується процес безпосередньої комунікації, кардинально змінює взаємовідносини художника і сучасного глядача. Оцінки продуктів цифрового мистецтва з

<sup>516</sup> Ерохин С. В. Особенности использования средств художественной выразительности и художественных приемов в цифровом изобразительном искусстве. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки*. 2009. № 3. С. 76-84; Ерохин С. В. Теория и практика научного искусства. М.: МИЭЭ, 2012. 208 с.; Ерохин С. В. Цифровое компьютерное искусство. СПб.: Алетейя, 2011. 188 с.; Ерохин С. В. Эстетика цифрового изобразительного искусства. СПб.: Алетейя, 2010. 432 с.

концептуальної точки зору були підготовлені зрушеннями у філософії культури, а з технічної точки зору (форми і мови) стали втіленням художнього пошуку і науково-технологічного експерименту.

Окрім окремих інсталяцій, інтерактивними бувають цілі артпростори (наприклад, у Токіо дизайнери підготували повністю іммерсивну виставку на просторі в 10 тис. м<sup>2</sup>). Поява доповненої реальності відкрила нову сторінку в історії цифрового мистецтва. Тепер художникам не обов'язково втілювати всі свої ідеї на матеріальному світі. У ньому можна розмістити лише частину твору, решту глядач побачить на екрані свого гаджета. У Парижі відкрився музей цифрового живопису Atelier des Lumière, у якому немає нічого, крім стін, проєкторів і колонок. У ньому проходять мультимедійні виставки, присвячені художникам початку ХХ ст. Майданчик розташували в будівлі колишнього ливарного заводу. Проєкції супроводжуються музикою Вагнера, Шопена і Бетховена. Представники музею відзначають, що в майбутньому планують показувати не тільки класичний живопис, а й сучасне мистецтво<sup>517</sup>.



**Зала музею цифрового живопису Atelier des Lumière в Парижі**

<sup>517</sup> Paris' first digital museum of fine art finds home in 19th-century foundry. *Dezeen*. 29.08.2018. URL: <https://www.dezeen.com/2018/08/29/atelier-des-lumiere-paris-digital-museum-fine-art-design>

Отже, цифрові технології і пов'язані з ними інновації в галузі мистецтва набувають глибшого мистецтвознавчого змісту. У XXI ст. саме цифрові технології почали перетворюватися на новий вид мистецтва. Відкриття і усвідомлення внутрішніх загальних закономірностей як зв'язки між різними видами мистецтв і технологічні можливості комбінації видів мистецтв зробили можливою появу нових інтегральних форм мистецтва. Розвиток мистецтва на основі застосування цифрових технологій пов'язаний з ефектами їх використання, а форми, ідеали, цінності, які воно несе, диктуються філософією, етикою, естетичними трендами сучасності. Відбувається поєднання художніх і технологічних контекстів нового медіа-мистецтва.

Через те, що все більше подій нашого життя відбувається на екрані, багато художників звернули увагу саме на роль зображення. Так, нью-йоркська художниця Моллі Сода (інтернет-знаменитість і одна з першовідкривачів мистецтва перформансу в кіберпросторі) у своїх роботах відображає реальність і виклики повсякденності через те, що ми звикли бачити на екрані. Наприклад, у кліпі *I Wish All Roses Were Microphones*, який художниця підготувала для групи *Blanket*, вона розповідає про проблеми сучасних підлітків через стилізований екран комп'ютера. Проте є і зворотний вплив цифрових технологій на світ мистецтва. Деякі художники переносять екранну культуру в матеріальний світ. Саме такому прочитанню реальності присвячені роботи художниці Даніні (наприклад, вишитий логотип *Windows* і гра «Сапер», написана акрилом на полотні)<sup>518</sup>. Музеї та галереї інтегрують інтерактивні технології, аби змінити спосіб взаємодії між глядачами та експонатами. Наприклад, *Cooper-Hewitt* – музей у Нью-Йорку надає відвідувачам 4К-таблиці з сенсорним екраном, своєю чергою глядачі отримують зображення високої якості та інформацію про предмети з музейної колекції. Коли відвідувач купує вхідний квиток, він отримує інтерактивну ручку, яка дозволяє «збирати» та «зберігати» об'єкти з галереї. Глядач притискає кінець пера до мітки музею та збирає інформацію про експонат. Дані можна перенести до таблиці або ж зберігати в особистому кабінеті на сайті музею для подальшого колекціонування та вивчення.

Окремо зупинимось на оцифруванні музеїв. У 2017 р. Музей Вікторії і Альберта (Великобританія) в партнерстві з фондом «Пері» і під

<sup>518</sup> Путешествие по миру цифрового искусства: от раннего андеграунда до наших дней. *Screenlifer*. 2020. URL: <https://screenlifer.com/projects/puteshestvie-po-miru-cifrovogo-iskusstva-ot-rannego-andegraunda-do-nashix-dnej/>

егідою ЮНЕСКО запустили масштабний проект під назвою REACH, який розшифровується як «Відтворення витворів мистецтва і культурної спадщини». Ця глобальна ініціатива покликана створити і представити у відкритому доступі цифрові і 3D-копії об'єктів мистецтва, адже багато людей через різні обставини не можуть подорожувати, а, відповідно, і побачити оригінал. Сьогодні це може бути платформою, яка об'єднає музеї всього світу, розробників, фонди і культурні організації для спільного вивчення засобів збереження культурної спадщини, що перебуває під загрозою. У числі партнерів проекту – найбільші музеї світу, фонди і компанії, наприклад, Лувр, Смітсонівський музей, Британський музей, Державний Ермітаж, Інститут Варбурга, Інститут охорони об'єктів культурної спадщини Йельського університету, компанії Google Arts and Culture, NVIDIA, фонди Europeana, Factum Arte та інші. Отже, музейне співтовариство прагне переосмислити питання доступу до мистецтва, знати про новітні технології і співпрацювати з колегами в цьому напрямі<sup>519</sup>. Щодо України, то в українських музеях та архівах зберігаються 16 млн предметів національної спадщини, однак вони ніколи не експонувались. Питання доступності культурного надбання для українців і світу могло би вирішити його оцифруванням. Проте на сьогодні з усього обсягу культурного надбання відцифрованим є менше 5%. Якщо хоч половина культурної спадщини отримає цифровий еквівалент, вона потенційно стане не просто культурним, а й монетизаційним фондом України<sup>520</sup>. Як приклад: українські мистецтвознавці і арткуратори (проект Ukrainian Unofficial) запустили цифровий архів українського неофіційного мистецтва другої половини ХХ ст. з метою позбавлення від інформаційного вакууму у вітчизняному мистецтвознавстві, створення інформаційної бази і місткого джерела для дослідників українського образотворчого мистецтва<sup>521</sup>. Наразі сайт містить близько трьох тисяч оцифрованих творів живопису, графіки та скульптури з приватних і музейних зібрань, детальні біографії митців, бібліографічні дані, а також архівні

<sup>519</sup> ReACH: 3D-технологии и искусство. *Особый взгляд*. 16.01.2019. URL: <http://specialview.org/article/post191>

<sup>520</sup> Оцифровани експонати музеїв можуть приносити сотні мільйонів гривень щороку – керівник ФГР. *Mind.ua*. 02.11.2019. URL: <https://mind.ua/news/20204013-ocifrovani-ekspوناتy-muzeyiv-mozhut-prinositi-sotni-miljoniv-griven-shchoroku-kerivnik-fgr>

<sup>521</sup> Три тисячі картин. В Україні створили цифровий архів українського неофіційного мистецтва ХХ століття. *НВ*. 06.11.2019. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/chas-zmin-z-nv/cifroviy-arhiv-ukrajinskogo-mistectva-divitisyakartini-novini-ukrajini-50051871.html>



матеріали, серед яких унікальні світлини знищених або втрачених робіт, більшість з яких опубліковано вперше.

Цифрові технології здійснили суттєвий вплив і на образотворче мистецтво, вивівши його на якісно новий рівень, цифровий, що дозволило йому відмовитись від розуміння твору як матеріального об'єкта, від визнання одиничності неодмінним атрибутом оригінальності. Тобто цифрові технології докорінно трансформували структуру образотворчого мистецтва, визначили необхідність переосмислення його місця в системі мистецтва. *Цифрове комп'ютерне образотворче мистецтво*<sup>522</sup> є формою образотворчого мистецтва, у межах якої характерні для образотворчого мистецтва художні методи і прийоми реалізуються з використанням цифрових комп'ютерних технологій. Деякі науковці пропонують розглядати цифрове образотворче мистецтво як технічний вид мистецтва, а точніше – як комп'ютерну графіку. Експерти пропонують розрізняти п'ять основних типів творів залежно від середовища існування самого твору і його оригінала: (1) цифрові копії творів, оригінали яких створені на фізичному носіїві та призначені для експонування творів традиційного ОТМ в мережі Інтернет, для створення електронних баз даних, під час підготовки до друку художніх каталогів, альбомів; (2) автор, створюючи роботи на фізичному носіїві, спочатку передбачає їх подальший переклад у цифровий формат, переважно для експонування у віртуальному середовищі Інтернет; (3) цифрові витвори образотворчого мистецтва, що створюються за допомогою спеціальних цифрових пристроїв і відповідного програмного забезпечення. Такі твори художник може створювати з використанням переведених у цифровий формат нецифрових зображень з їх подальшою цифровою обробкою, а може створювати безпосередньо в цифровому форматі (безпосередньо цифрові).

Сьогодні навіть існує об'єднання цифрових художників-вебістів – (представників нового художнього напрямку – вебїзм (від англ. webism)), яке ставить своїми завданнями досягти визнання того, що «зображення на моніторі є оригіналом витвору цифрового мистецтва», а також визнання «цифрового твору як оригіналу, коли воно відображається в кіберпросторі Інтернету»; (4) інколи під час створення традиційних творів ОТМ художник вдається до цифрових технологій як до допо-

<sup>522</sup> Архангельская В. С., Лунь Г. Ш. Цифровые направления в современном изобразительном искусстве. *Студенческий научный форум – 2018: X международная студенческая научная конференция*. 2018. URL: <http://scienceforum.ru/2018/article/2018005872>



міжних. Наприклад, у цифровому форматі створюється зображення (ескіз) з подальшим друком (на папері, полотні і т.ін.) і подальшим доопрацюванням (колірне опрацювання, колажування і т.ін.). Враховуючи темпи розвитку сучасного цифрового устаткування, прогнозується, що тривимірні принтери найближчим часом стануть настільки ж поширеними, як сьогодні лазерні, що дозволить оформитись новому напрямку в комп'ютерному образотворчому мистецтві – цифровій скульптурі. Визначальним засобом художньої виразності у графіці є малюнок, заснований передусім на виразних можливостях «графічної тріади» – лінії, штриху і плямі.

До цифрових форм образотворчого мистецтва належать: ASCII-Арт (напрямок цифрового образотворчого мистецтва, у межах якого для створення зображень використовують символи стандартної системи американських кодів для інформаційного обміну ASCII (American Standard Code for Information Interchange)), комп'ютерну графіку, цифровий живопис (напрямок цифрового образотворчого мистецтва, що є створенням зображень за допомогою використання комп'ютерних імітацій традиційних інструментів художника без використання рендерингу, процедури перетворення векторної структури даних математичної моделі тривимірного зображення у двомірний), цифрову фотографію і демо. Експерти вважають, що доцільно проводити межу між цифровим живописом і цифровою графікою по демаркаційних мітках, характерних для традиційних напрямів ОТМ.

У ролі інструментів, сучасні художники все частіше використовують не полотно, пензлі чи глину, а різний софтвер, комп'ютерні пристосування і редактори. Еволюційно цей процес був змотивований бажаннями художників використовувати комп'ютер як інструмент ще до того, як на ньому з'явилась графіка. Відповіддю на це бажання стала поява ASCII-графіки. ASCII – стандартизована таблиця символів, у якій кожному з них привласнений свій номер. Вона і стала палітрою для перших цифрових художників. За допомогою цих символів малювали зображення від простих фігур і абстракцій до досить реалістичних портретів. У 60 рр. минулого століття багато програмістів у ролі розваги або творчого самовираження писали коди, які створювали зображення з цих символів. Пізніше як палітру стали використовувати таблицю ANSI. У ній були вже 224 символи, а ще можливість задавати колір і шрифт знаку.

Розвиток комп'ютерного електронного мистецтва в Україні розпочався наприкінці 1990 – на початку 2000 рр., коли поживився

ASCII Code Chart

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	A	B	C	D	E	F
0	NUL	SOH	STX	ETX	EOT	ENQ	ACK	BEL	BS	HT	LF	VT	FF	CR	SO	SI
1	DLE	DC1	DC2	DC3	DC4	NAK	SYN	ETB	CAN	EM	SUB	ESC	FS	GS	RS	US
2		!	"	#	\$	%	&	'	(	)	*	+	,	-	.	/
3	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	:	;	<	=	>	?
4	@	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
5	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	[	\	]	^	_
6	`	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o
7	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z	{		}	~	DEL

ASCII – стандартизована таблиця символів

розвиток Інтернету в Україні, який став доступний широкому колу. Характерним для ситуації в Україні було те, що митці виявляли інтерес до творчих можливостей найсучасніших цифрових та електронних технологій, попри відсутність високорозвиненої технологічної промисловості, добре обладнаних науково-дослідних центрів, інституціональної підтримки медіа-митців та курсу з нових технологій у мистецьких вишах (останньому була присвячена програма Інфо Медіа Банк для підтримки медіа-митців, 1997 р.). Перший київський міжнародний фестиваль медіа-мистецтв (KIMAF) відбувся у 2000 р.<sup>523</sup>

Найбільш узагальнюючий напрям, який потребує більш детального розгляду – *цифровий живопис* (Digital Painting) – створення електронних зображень за допомогою використання людиною комп'ютерних інструментів художника. Серед відомих представників цифрового живопису варто згадати таких, як Сарел Терон, Флавіо Болла, Кріс Базеллі, Йонас Де Ро, Парк Йонг Вон, Джон Фостер, Керол Каваларіс та ін. Так, для створення цифрового живопису, художники-початківці використовували різні графічні редактори. Основними програмами цифрового живопису є Adobe Photoshop і Corel Painter. Зокрема, програма Corel Painter підходить для комп'ютерних художників, які використовують її як свій основний художній інструмент. Ця програма складається з великої бази пензлів (майже 400 видів): вони відтворюють крейду, вугілля, каліграфічне пір'я, кольорові олівці і фломастери, а також пензлі, які дозволяють створювати на віртуальному полотні чіткіші, точніші і чутливіші до натиснення і фактури полотна мазки.

<sup>523</sup> Манжалій Н. Розвиток комп'ютерно-електронного мистецтва в Україні (кінець 1990-х – початок 2000-х). *Відкритий архів українського медіа-арту*. 2013. URL: <http://mediaartarchive.org.ua/publication/novi-teritorii-mistectva/>

**3D Artist**<sup>524</sup> досить містка назва для однієї професії. **Необхідні:**  
(1) *навички* можна розділити на кілька категорій:

*Фундаментальні* – усе, що необхідно знати кожному митцеві чи скульптору, незалежно від специфіки роботи. Форма, колір, світло, композиція і т.ін. Усі ті знання, які є в розумних книжках і викладаються в класичних художніх школах і вузах.

*Специфічні:* залежать від того, яка галузь вам більше подобається. Художник-портретист має добре знати і розуміти анатомію, пластику форми. Тим, хто займається твердотілим моделюванням (зброя, транспорт і т.ін.), корисно розвивати свій інженерний кругозір. Художникам просторового моделювання допоможе знання архітектурних стилів.

*Технічні навички:* те, як добре ви знаєте свій робочий інструмент. Я вважаю, що хороший арт робить не знання програм, а фундаментальні і спеціальні знання. Але знання програм прискорить вашу роботу і дасть можливість більше думати над тим, ЩО ви робите, а не ЯК ви це робите.

Так само необхідно розвивати такі персональні якості, як спостережливість, оскільки ми за основу часто беремо реальні речі, то потрібно постійно аналізувати навколишній світ. І останнє в списку, але не останнє за значенням – англійська мова. Хочете бути на передовій комп'ютерної графіки – без англійської мови нікуди.

(2) *Інструментарій 3D-художника*, як правило, складається з: основного пакету – у ньому ви будете моделювати, призначати UV-координати, налаштовувати матеріали, рендери, готувати модель до експорту і т.ін. Це свого роду хаб між усіма програмами і остання точка перед експортом моделі. Зараз всі відомі пакети моделювання мають досить потужний функціонал. (Maya, Blender, MODO, Cinema 4D, 3Ds max). Навіть при тому процедурне створення контенту розвивається шаленими темпами, я б поки відніс Гудіні до програм для більш специфічних завдань, ніж до універсального пакета. Для особистого використання кращий спосіб вибрати – це спробувати той чи інший пакет... Але якщо вирішите йти працювати в студію, то доведеться вивчити хоча б на базовому рівні Maya і 3ds Max на додаток до вашого основного пакета. Справа в тому, що процеси виробництва всередині студій складніші, ніж ті, що використовують художники для своїх персональних проєктів. ... Програма для скульптингу: – Zbrush. Текстурування: – найпоширеніші це Substance Painter, Quixel Suite і MARI. SP використовується в основному в ігровій індустрії, а за

<sup>524</sup> 3D-художник. Портал *Выбираю*. 2019. URL: <http://choose-it.ru/article/?id=457>

останніми деморілами, ця програма вже подекуди використовується в кіно. Quixel Suite – набір плагінів для фотошопу для створення текстур. MARI – дуже потужна програма для текстуригу в кіно і в меншій частині в іграх. Розібратися у всіх трьох програмах цілком можливо і залежно від поставлених завдань можна використовувати ту чи іншу програму. Також існує безліч дрібних простих програм і утиліт, які теж доведеться використовувати.

(3) *Oscima*. Головне – це портфоліо, досвід роботи і бути адекватною людиною, яка любить те, що робить. Вища освіта може знадобитися, якщо вирішите переїжджати в іншу країну, не маючи великого досвіду в індустрії. Але це вже правило не компаній, а законодавства тієї чи іншої країни.

(4) Які вимоги висуваються до *досвіду роботи*? Щоб він був. І щоб ваш досвід збігався з тим, що вам доведеться робити в компанії. Якщо у вас дуже якісні високополігональні моделі під друк і все, то шансів влаштуватися в ігрову компанію практично немає, оскільки ви можете робити тільки частину необхідної роботи. Так само, досвід в проєктах є найбільш цінним.

---

У грудні 2019 р. стартував національний артпроект «OPEN DATA ART». У виставковому просторі «Zavalnyi Art Center/Завальний Арт Центр» дев'ять українських художників розмірковують над змінами у житті людей, які несе цифрова епоха. Світовий обсяг інформації щороку зростає на 30%. Це не лише абстрактний масив цифр, а й інформація, яку збирають про абонентів мобільні оператори та користувачі соціальних мереж, інформація, яку відкриває щодо своєї діяльності громадянам держава тощо. Відкриті дані впливають на життя кожного, і сучасне мистецтво намагається осягти цей вплив за допомогою своїх творів. Відкрита публічна/державна інформація стала об'єктом дослідження для нової течії в мистецтві – open data art. Технології роботи з даними стають новими інструментами митця. Українські художники, роботи яких представлені на виставці – визнані у світі піонери інноваційного прориву в сучасному мистецтві. Олексій Сай спілкується з глядачами за допомогою картин, створених у програмі Excel. Євген Лапченко розмірковує над тим, як відкриті дані стирають кордони приватності. Столичний живописець Владислав Шерешевський вважає, що до багатьох проблем сучасності можна поставитися з гумором. Також серед учасників виставки: Анатолій Варваров, Давид Шарашидзе, D Yana, Юрій Бондаренко, Валерій Пузирний та журналістка Надія Вірна, яка сама ілюструє власні розслідування, зроблені на основі відкритих

державних даних. Головна мета виставки – сприяти популяризації теми відкритих даних, яка наразі є досить важливою для розвитку відкритої України та побудови демократичного суспільства. Формування культури використання відкритих даних та е-сервісів – мета журналу MIND LAB, який презентують під час відкриття. Журнал створено за підтримки програми «Ефективне управління державними фінансами», що реалізується компанією Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за дорученням урядів Німеччини та Великої Британії. Сьогодні MIND LAB – єдине експертне видання про відкриті дані в Україні, яке висвітлює питання, пов’язані з тим, як відкривати дані, створювати сервіс, забезпечувати соціальний ефект. Тема першого номеру – публічні фінанси<sup>525</sup>.

Отже, сьогодні до найбільш відомих форматів взаємодії з аудиторією, що використовуються у сфері мистецтва, належать: (1) офіційні портали мистецьких інституцій з елементами віртуальності; (2) глобальні інтерактивні інтернет-портали, присвячені мистецтву, які надають контент про різні напрями в мистецтві, художників і т.ін.; (3) створення віртуальних цифрових каталогів, зокрема оцифрування творів мистецтва, створення цифрових копій, мобільних каталогів і рубрикаторів; (4) віртуальні музеї, театри, філармонії та бібліотеки, що надають віддалений доступ до фондів зберігання з докладним описом експонатів, віртуальними екскурсіями і повноцінним віртуальним відвідуванням музею, бібліотеки в будь-який час; (5) створення груп і співтовариств, професійних і непрофесійних, присвячених мистецтву і культурі, окремим інституціям, діячам культури і т.ін.; (6) мобільні гіді і додатки з елементами доповненої і віртуальної реальності, що сприяють реалізації функцій гіпервізуалізації в мобільних пристроях, створення додаткових інтерактивних програм для презентації фондів, включення в процес активної співтворчості глядачів/слухачів, створення ігрового і навчального контенту; (7) поява нових форматів цифрового творчості, зокрема створення творів мистецтва з використанням VR- і AR-технологій, розвиток нейромережевого програмування для спільної творчості на цифрових платформах, поява нових видів мистецтва на стику технологій і традиційного мистецтва (Science & Arts), що дозволяє залучати в цей процес різні професійні спільноти з інших галузей знання, раніше ніяк не пов’язаних з мистецтвом і культурою,

<sup>525</sup> Мистецтво і цифри: виставка присвячена відкритим даним. *Art Ukraine*. 28.11.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/n/mistectvo-i-cifri--u-kiyevi-vidkrivayetsya-art-vistavka-prisvyachena-vidkritim-danim--/#.YDzD79QS9ZI>

створюючи єдине поле спільної творчості. Поява і розвиток різних форматів цифрових технологій стало стимулом для зміни способів взаємодії установ мистецтва, що висунули на перший план завдання розвитку онлайн-сервісів, які включають нові формати мережевої творчості та освітнього контенту, що дозволяє їм більш повно інтегруватися в процес соціалізації.

## 8.2. Мистецтво і штучний інтелект

*Мистецтво, створене штучним інтелектом* (AI-живопис, Artificial Intelligence), – найбільш дискусійна тема в полеміці щодо цифрового мистецтва. Сьогодні питання про те, що становить собою створене штучним інтелектом мистецтво, чи має воно свою окрему цінність, є одним з найбільш обговорюваних в артсередовищі. Технологічно існують два основні механізми роботи зі штучним інтелектом, які використовують художники. Перший – генеративно-змагальна мережа ((Generative adversarial network, GAN), створена дослідником Яном Гудфеллоу в 2014 р. Це комбінація двох нейронних мереж з різним функціоналом: одна весь час створює максимально різні зразки на основі завантаженої в неї інформації, а друга, змагальна, – дискримінатор, який відрізняє наслідувальні зображення, створені першою мережею, від сьогодення (тобто вони діють як художник і критик). Другий механізм – креативно-змагальна мережа (CAN). Вона працює за тим же принципом створення і відбракування, лише дискримінатор намагається зіставити створені роботи з наявними в його базі даних стилями і напрямками. Завдяки цій взаємодії генератор вчиться створювати роботи, які не збігаються з жодним зі стилів, відомих дискримінатору. Роботи зі штучним інтелектом уже кілька років створюють картини і малюнки. Найбільш вагома подія – це коли одна з таких робіт була продана за півмільйона доларів у грудні 2018 р. в аукціонному будинку Christie's. Це був портрет неіснуючої людини Едмонда де Беламі. Його створила програма Generative Adversarial Networks, навчена наслідувати живописця<sup>526</sup>.

Слово «Беламі» можна перекласти з французької як «хороший парубок». Це алюзія на зазначене прізвище вже згаданого нами

<sup>526</sup> Филатова О. Новейшая живопись: как делать деньги на картинах, созданных искусственным интеллектом. *Comnews*. 21.10.2019. URL: <http://www.comnews.ru/digital-economy/content/202454/2019-10-21/2019-w43/noveyshaya-zhivopis-kak-delat-dengi-kartinakh-sozdannykh-iskusstvennym-intellektom#ixzz6Es2ObzXu>





**Портрет Едмона де Беламі, створений штучним інтелектом**

вченого Яна Гудфеллоу з Google, який чотирма роками раніше першим використовував метод навчання, що відкрив штучному інтелекту можливість творчості. Сутність запропонованого ним алгоритму в такому: створюються дві нейромережі – творець і критик – кожна з яких навчається на базах даних художніх творів (у випадку з «Портретом Едмонда де Беламі» це були 15 000 картин, написаних в XIV-XX ст.). Далі творець створює свій твір у заданій стилістиці, а критик намагається визначити серед низки робіт ту, автор якої – робот. Це змагання продовжується доти, доки творіння машини не можна буде відрізнити від витворів людей. Саме за допомогою цього алгоритму мережа французької артгрупи Obvious і написала цикл з 11 картин, присвячених сім'ї де Беламі. План полягав в тому, аби продати роботи по 10000 дол. США за штуку, але на аукціоні ціна злетіла в 40 раз, а галас довкола рекордного продажу відкрив перед картинами двері головних музеїв світу. Слід зазначити, що коли цифрова версія готова, її перетворюють у матеріальний об'єкт: роботу друкують або малюють на полотні і обов'язково підписують авторів. Зазвичай ними є дата-художник і художник, який перемальовував цифрову версію. Є картини, у кутку яких знаходимо підпис: «Штучний інтелект». Так, представники



артгрупи Obvious підписали роботу математичним рівнянням, яке використовували в алгоритмі.

Ще одна помітна подія – це застосування штучного інтелекту для аналізу цифрових рентгенівських зображень Гентського вівтаря, який перебуває в католицькому кафедральному соборі святого Бавона в Бельгії. Висновки, що робить штучний інтелект, допоможуть посилити розуміння деталей шедеврів мистецтва і відкриють нові можливості для вивчення і збереження артробіт. Аналізуючи складні рентгенівські знімки, новий алгоритм дозволяє мистецтвознавцям, охоронцям музеїв і ученим краще розуміти картини, а отримана інформація може допомогти фахівцям під час захисту і реставрації крихких предметів. Рентгенівські зображення є важливим інструментом для вивчення і відновлення картин, оскільки вони можуть допомогти встановити стан твору і дати уявлення про техніку художника.

Визначити ступінь талановитості «художника», що створив AI-картину, складно, оскільки досі не існує чітких критеріїв оцінки написаного штучним інтелектом. Але те, що кожне таке творіння унікальне і неповторне, нема жодних сумнівів. Світові мистецтвознавці і музеї вже давно визнали це – їх силами AI-мистецтво всіляко підтримується і розвивається. Проте, слід зазначити, що алгоритм здатний наслідувати стилі інших художників, але створювати витвори мистецтва самостійно нейромережа доки не може. Штучний інтелект не вкладає у свою «творчість» емоції, зате він здатний аналізувати великий об'єм інформації. Однак в умовах впровадження цифрових технологій художник сьогодні має можливість демонструвати свої твори мільйонам глядачів через соціальні мережі, а колекціонер може самостійно зв'язатися з набагато більшою кількістю художників, ніж ще кілька років тому. Зазначене означає також, що зростає і конкуренція між художниками, яких обирають галереї.

Мабуть, ми вже є на порозі нової ери творчості, коли штучний інтелект і художник стають співавторами, доповнюючи один одного в тих сферах і компетенціях, де вони найбільш сильні. Водночас розвиток цифрового мистецтва піднімає нове питання: чи може AI стати не просто інструментом художника, а самостійним автором? Для того, щоб це зрозуміти, розглянемо наявні методи роботи із зображенням і постараємось з'ясувати, чи можуть вони претендувати на самостійність у творчості. Технології Neural style transfer, Deep Dream дозволяють створювати об'єкти, які в багатьох випадках не відрізняються від тво-

рінь людини. Генерація випадкових образів у технології CAN додає спонтанність у творчість штучного інтелекту і дозволяє зробити крок вперед, порівняно з глибокою стилізацією... Штучний інтелект становить екстраординарні інструменти роботи і нове незвичайне експериментальне поле для художників у сфері візуального мистецтва та індустрії розваг, а також спрощує та автоматизує рутинні процеси. Однак чим більш автоматизованим стає процес створення творів мистецтва, тим вище зростає цінність ідеї, що стоїть за ними. Тепер, коли питання виконання, фізичної реалізації та наявності необхідних технічних навичок відпадає, нові ідеї є основною рушійною силою в розвитку мистецтва. А генерація цих ідей – це та головна функція, яку штучний інтелект не зможе (або поки не може) відібрати у творця. Щодо творчості. Так, нейронна мережа дійсно може тільки наслідувати людину, але ж і будь-яка творчість у деякому сенсі – наслідування, яке може бути як усвідомленим, так і не зовсім. Безперечно, творчість будується на поєднанні і переосмисленні всього, що людина колись бачила або чула. Нарешті, мистецтво неможливо без глядача. Сюжет будь-якої картини (так само як і музичного твору) є не в самому творі, а в голові глядача або слухача. Нейронна мережа не відчуває емоцій, але їх відчуває людина. Дивлячись на картину, вона розшифровує



**Картина, написана штучним інтелектом**

закладений художником культурний код. І нейромережа цілком здатна згенерувати ключ, який викличе ту ж емоцію, що і твір людини<sup>527</sup>.

Один з останніх результатів робіт штучного інтелекту – технологія, що «оживила» героїв усім відомих творів мистецтва. Звичайно, у ролі «оператора» нейромережі допомагав розробник – Скотт Кеко, який, використовуючи технологію StyleGAN, зумів перетворити зображення статуй і картини у по-справжньому реалістичних людей. Окрім того, робота з «оживлення» творів мистецтва є однією з найбільш якісних, оскільки підсумковий результат і справді нагадує людей, а не натягнуті на оригінал текстури людських облич.

### 8.3. Перспективні напрями розвитку цифрового мистецтва

Процес цифровізації мистецтва стає все більш динамічним і поширюється на усі його види. У цьому контексті важливо зупинитися на економічній стороні цифрового живопису, а саме – на інвестиціях у живопис. Загалом вкладення інвестицій у цифрове мистецтво вважається вкрай ризиковими. На думку експертів, для цього потрібно враховувати такі фактори: (1) сучасне мистецтво дає високі шанси на виграш, чого не скажеш про традиційні форми інвестування, наприклад у нерухомість або золото; (2) як і у венчурному бізнесі, потрібно орієнтуватись на власні переваги; (3) необхідно уважно вивчати команду людей, що пишуть алгоритми, для того, щоб дізнатись про їхній досвід у цій роботі; (4) у команді мають бути різні фахівці – не лише програмісти або експерти з питань мистецтва, але і люди з досвідом роботи в бізнесі; (5) без правильно побудованих бізнес-процесів і маркетингу навіть найгеніальніший продукт може комерційно не відбутись. Передбачити доходи в цьому напрямі складно: digital art лише розвивається, проте успішні проекти вже існують.

Як ми вже зазначали раніше, якщо говорити про традиційне (не цифрове) сучасне мистецтво, то в середньому горизонт інвестування складає 10-15 років, але нові технології здатні скоротити цей період у кілька разів. Щодо оцінки витворів сучасних художників, то ініціативу

<sup>527</sup> Откуда искусственный интеллект берет вдохновение? И как ищет сюжет? Важные вопросы про нейросети и их творчество. *Meduza*. 30.12.2019. URL: <https://meduza.io/slides/razve-mozhet-robot-napisat-simfoniyu-sozdat-shedevr-kak-iskusstvennyy-intellekt-uchitsya-tvorit>

задають галереї, які формують моду на художників і на певний стиль. Саме від моди залежить прибутковість вкладень у сучасне мистецтво. Можна знайти талановитого сучасного художника, але якщо він виставлятиметься в маловідомій галереї, його твори ніколи не досягнуть високої ціни. Покупець платить за «бренд», за картину, яка стала відома і на яку є попит. Щоб розуміти цей процес, потрібно мати відповідні знання і постійно бути «в темі»: відвідувати виставки, відстежувати новини у сфері digital-art, звертати увагу на роботи авторів, що стали відомими на онлайн-торгах (сучасні картини продаються не лише на спеціальних аукціонах, а й під час офлайн-торгів)<sup>528</sup>. Окрім того, сьогодні соцмережі поступово перетворюються на майданчики для продажу мистецтва, що вкрай важливо, адже ринковий аспект може багато в чому диктувати світовий художній клімат. Цифрові продажі роблять ринок мистецтва демократичнішим: як для молодих і перспективних художників, так і для тих, хто отримує можливість придбати їх роботи.

Стосовно розвитку *цифрового живопису в Україні*, то є приклади: на фестивалях в Амстердамі регулярно показує свої абстракції, що немов випливають з підсвідомості, молода українська художниця Аліна Федотова, яка працює не лише в комп'ютерних програмах, але і створює прекрасний живопис на полотнах, що додає цифровим роботам високої художньої якості. Анастасія Лойко за допомогою математики розвиває новий напрям у скульптурі – піксельарт. Свої скульптури, математично вивірені і створені з піксель-елементів, перенесених зі світу цифри в реальність, вона наповнює всілякими значеннями і сенсами за допомогою проекції. Загалом реалізується ідея щодо створення на основі муніципальної галереї сучасного діджитал-комплексу, щоб провідні у цьому напрямі українські художники, отримали гідний вітчизняний майданчик для розвитку<sup>529</sup>.

Важлива роль у цьому процесі належить меценатам, зокрема Sky Art Foundation – добродійний фонд, заснований в Україні у 2014 р., як приватна ініціатива Дмитра Палієнка задля підтримки і

<sup>528</sup> Филатова О. Новейшая живопись: как делать деньги на картинах, созданных искусственным интеллектом. *Comnews*. 21.10.2019. URL: <http://www.comnews.ru/digital-economy/content/202454/2019-10-21/2019-w43/noveyshaya-zhivopis-kak-delat-dengi-kartinakh-sozdannykh-iskusstvennym-intellektom#ixzz6Es2ObzXu>

<sup>529</sup> Миронова Т. Діджитал-арт – новий напрямок, створений синергією художників, музикантів і комп'ютерних геніїв. *НВ*. 27.02.2018. URL: <https://nv.ua/style/blogs/chto-takoe-tsifrovoe-iskusstvo-bloh-halerista-2454388.html>

розвитку нового покоління українських художників, які працюють у сфері сучасного мистецтва, а також для сприяння міжнародним культурним обмінам та інтеграції української культури у світовий артконтекст. Business Gallery Ukraine – артфонд започаткований відомою художницею і бізнес-леді В. Кравчук спільно з директоркою івент-простору Graf Мариною Присяжною. Головне завдання фонду – популяризація і просування сучасних, перспективних і молодих українських художників. У 2018 р. відбулась презентація Галереєю НЮ АРТ експериментального проєкту «Цифровий живопис» Niko Kirkos (NikoKirkos – творчий тандем відомого київського колекціонера Миколи Білоусова і молодого художника Станіслава Кіркільєвського). У цифровому живописі, як і в будь-якій мальовничій системі, існує головний елемент, за допомогою якого художник викликає ті чи інші відчуття. У роботах Niko Kirkos цю роль виконує колір. Великий діапазон кольорових варіацій в одній композиції призводить до зміни візуального та емоційного сприйняття, що допомагає глядачеві перебудуватися і дивитися під різним кутом на одну і ту ж композицію, представлену в картині. Низка картин показує, що чим далі мальовнича складова відступає від натуралізму, тим більше вони наближаються до вираження нової реальності. Між твором і натурою є розбіжності у кольорі і формі, отже натура не є законом для художника, а навпаки, закони природи він розчиняє у власній системі, створюючи нову дійсність<sup>530</sup>.

*Колекціонування цифрового мистецтва* – ще одна актуальна тема в дискурсі про майбутнє у цифровому мистецтві, обумовлена появою цієї художньої форми на ринку. Традиційно вважається, що цінність витвору мистецтва безпосередньо пов'язана з його цінністю в грошовому вираженні. Проте модель «чим унікальніше, тим дорожче» не завжди працює стосовно цифрового мистецтва. З точки зору колекціонування інтернет-мистецтво можна назвати найбільш проблемною формою, оскільки воно доступне будь-якій людині, підключеній до Інтернету. Однак, як показує практика, мережеве мистецтво все частіше створюється на замовлення і потрапляє в музейні зібрання, водночас програмний код зберігається на сервері відповідного музею. Основна різниця між цими експонатами та іншими полягає в тому, що цифровий твір експонується постійно, а не лише тоді, коли музей вирішує дістати його із запасника. Процес колекціонування також включає питання збереження – і це також одне зі складних завдань, які ставить цифрове

---

<sup>530</sup> Цифровий живопис Niko Kirkos. *Jag.in.ua*. 2018. URL: <https://jag.in.ua/exhibitions/Niko-Kirkos-TSifrovaya-zhivopis/>

мистецтво. Цифрові артефакти, що передбачають деякий процес, дійсно ефемерні, але при цьому цифрові технології розширюють можливості фіксації процесу, їх демонстрації, що розгортається в часі. Звичайно, інформація у цифровій формі зберігається краще, ніж традиційні матеріальні носії. Доки існує інструкція доступу до артефакту – наприклад, у вигляді роздруківки на папері – артефакт не втрачений. Та все ж, недовговічність цифрового мистецтва спричиняє стрімкий розвиток технологій і програмного забезпечення – від зміни операційних систем до збільшення розширення екранів і апгрейду браузерів. Основними способами зберігання є фіксація в комп'ютерній пам'яті, збереження техніки і програмного забезпечення потрібного покоління, «відтворення» програмного забезпечення, техніки і операційних систем через так звані емулятори, які симулюють оригінал; міграція, тобто апгрейд до наступної версії «софтвера» і «заліза», і «ре-інтерпретація», тобто переналагодження творів у сучасному контексті та середовищі. Слід зазначити, що сьогодні успішно реалізуються ініціативи, направлені на збереження цифрового мистецтва, що генеруються не лише музеями, але й урядами, національними і міжнародними організаціями (зокрема, консорціум Variable Media Network, який виступив з ініціативами «Архівация авангарду» і «Створення ініціатив майбутнього»; DOCAM (Documentation and Conservation of the Media Arts Heritage, документація і консервація спадщини медіаарту), а також консорціум Media Matters.

Звичайно, нас цікавить майбутнє цифрового мистецтва, яке сьогодні представлено такими трендами: (1) *само навчаючі чат-боти* (англ. *chatbot*) – комп'ютерна програма, розроблена на основі нейромереж і технологій машинного навчання, яка веде розмову за допомогою слухових або текстових методів) – *спілкування з аудиторією і залучення до сфери культури*. У галузі мистецтва подібних технологій доки дуже мало. При цьому не лише аудиторія, але і самі представники культурних інститутів потребують таких технологій. Ідеальний чат-бот має самостійно ініціювати спілкування з користувачем, спонукати його зайти на який-небудь онлайн-ресурс або навіть самому прийти в музей. Такому алгоритму необхідний величезний арсенал знань про людину, про те, як з нею розмовляти, як її захопити відповідною ідеєю. Показовий приклад залучення за допомогою чат-ботів нової, молодшої аудиторії демонструють в Case Museo di Milano – це група чотирьох міланських будинків-музеїв. Вирішуючи завдання щодо запрошення нових відвідувачів, вони звернулися до гейміфікації: бот у Facebook



Messenger закликає юних співбесідників досліджувати чотири будинки на предмет прихованих ключів, які допоможуть їм битися з таємничим магом епохи Відродження. Уже сьогодні в Україні digital-агенція Postmen спільно з Українським культурним фондом запустила інформаційно-рекламну кампанію «Мистецтво хоче знайомитись»<sup>531</sup>, де головним засобом комунікації є чат-бот «Date with art» в Telegram та Facebook Messenger, який працює в трьох напрямках: пропонує вибрати цікаві для тебе рубрики: живопис, скульптура, театр, танець, книговидання; надсилає мистецький твір, який ти оцінюєш – подобається чи не дуже; запитує, як часто надсилає повідомлення і підбирає наступні мистецькі твори уже за твоїми вподобаннями.

Британський розробник Метт Раунд створив бот, який навчився малювати картини в стилі вуличного художника Бенксі. Він намалював вже 256 картин. Бот отримав назву GANksy, у честь генеративно-змагальної мережі (GAN – generative adversarial network). Малювати в стилі Бенксі бота вдалося навчити всього за п'ять днів. Тепер його картини максимально схожі з тими, які залишає на стінах лондонських вулиць нікому невідомий Бенксі. Розробник розповів, що штучний інтелект рівнявся на роботи Бенксі, як на зразок<sup>532</sup>.

*Доповнена реальність* (англ. augmented reality, AR) – термін, що позначає всі проекти, спрямовані на доповнення реальності будь-якими віртуальними) – додаткові можливості для інформування користувачів. Зокрема, використання гуманітарних знань у впровадженні технологій у сферу мистецтва у ролі доповненої реальності, уже використовується в багатьох музеях світу і процес цей постійно вдосконалюється.

*Віртуальна реальність (VR) – масштабування і організація культурного простору де завгодно*, яка застосовується поруч з технологією доповненої реальності, з тією різницею, що в другому випадку фантазія творців контенту нічим не обмежена: ані географічним місцем розташування, ані розмірами приміщень, ані погодними умовами та ін. Такі умови відкривають величезний простір для організації віртуальних виставок будь-якого масштабу без необхідності переміщати колекцію, а також дають можливість відвідувачеві «торкнутися» і «покрутити» навіть найкрихіткіший експонат (наприклад, відвідувачі Національного

<sup>531</sup> *Познайомимось? – чат-бот для творів мистецтва. Bazilik.media.* 11.11.2019. URL: <https://bazilik.media/poznajomimos-chat-bot-dlia-tvoriv-mystetstva/>

<sup>532</sup> *Искусственный интеллект научили рисовать картины в стиле Бэнкси. Internetua.* 28.10.2020. URL: <https://internetua.com/iskusstvennyi-intellekt-naucsili-risovat-kartiny-v-stile-benksi>



музею природної історії в Парижі завдяки VR можуть відправитися в політ на літаку світом живих істот, які мешкають або мешкали колись на Землі. Завдяки цій технології людина може досліджувати зв'язки між видами і усвідомити їх розміри, оглянувши їх з усіх боків).

*Нейромережі – рекомендації і формування індивідуальних культурно-освітніх траєкторій.* Сьогодні знання, які потрібні сучасній людині, давно не вписуються у звичні межі. Світ вимагає поєднувати знання з різних сфер. Проте зробити це оптимальним і на користь людині вкрай складне завдання, з яким за наявного об'єму інформації люди часто не здатні упоратись, а в нейромережі за умови правильного розвитку, метою якого є допомогти користувачеві оптимізувати свій вибір в різних культурних і навколо культурних сферах, це цілком можливо. Зараз таких сервісів, започаткованих на нейромережах, безліч (а в розробці перебуває ще більше), тому важливо буде спостерігати, наскільки алгоритми зможуть вирішити проблему орієнтування людини у величезному культурному просторі.

*Блокчейн* (англ. Blockchain, Block chain від block – блок, chain – ланцюг) – розподілена база даних, що зберігає впорядкований ланцюжок записів (так званих блоків), що постійно довшає) – супернадійна аутентифікація власності, захист достовірності цифрових предметів мистецтва, спільне володіння шедеврами і багато іншого. Ця технологія може гарантувати достовірність не лише самого фізичного об'єкта, але і його цифрових копій, а також контролювати їх кількість. За допомогою блокчейна цифрове мистецтво перестане безконтрольно копіюватися і поширюватися. Відтворення копій предметів мистецтва може бути обмеженим, а отже цінність кожного з них може бути зіставлена з цінністю самого шедевра. Ще одна сфера діяльності в культурі, яку відкриває блокчейн, – це можливість спільного володіння предметами мистецтва. Наприклад, у колекціонера висить картина Рафаеля вартістю 50 млн дол. США, яку він не збирається продавати, тим паче, що за останні півстоліття її вартість зросла втричі. Проте в якийсь момент колекціонерові потрібна ліквідність, і за допомогою технології блокчейн (а у світі є вже кілька компаній, які займаються реалізацією цієї ідеї), він зможе перетворити ці «віртуальні» 50 млн дол. США в 50 мільйонів акцій, з яких, наприклад, 20% випустить на ринок за їх поточною вартістю й отримає 10 млн дол. США – при цьому шедевр все ще залишається у нього. Покупці, своєю чергою, отримають надійний фінансовий інструмент, а також задоволення

від часткового володіння шедевром, навіть якщо воно і має досить віртуальний характер<sup>533</sup>.

На жаль, провідні артвидання, хоч і регулярно публікують новини технологічної частини ринку, але ще недостатньо висвітлюють питання – навіщо мистецтву потрібен блокчейн і які його перспективи? У цьому контексті команда ARTFINEX провела дослідження ринку блокчейн-індустрії і зробила деякі цікаві висновки: перша згадка про використання блокчейна в мистецтві – вересень 2016 р. (стаття The Art Newspaper тоді пройшла непоміченою). Інтерес до теми проявився в червні 2017 р., коли у власників криптовалюти – потенційних інвесторів блокчейн-проектів – виявилось 111 млрд дол. США. 95% всіх проектів, що мають в основі блокчейн – прикриваються цим, щоб в результаті провести ICO – краудсорсинговий збір інвестиційних коштів. 50% з організаторів відійдуть відразу, 40% будуть напружено вирішувати, що ж робити далі, і тільки 10% – продовжать заздалегідь сплановану роботу. Першопрохідці блокчейн-проектів – переважно з США. Маючи законодавчі обмеження щодо ICO, вони продовжують створювати стартапи, використовуючи венчурну модель інвестування: раунд за раундом, від дрібного інвестора до великого. І ніяких криптовалют: чистий науково-технічний інтерес на користь суспільства<sup>534</sup>.

Нагадаємо, що блокчейн – це система запису, зберігання і перевірки даних, це звичайний код. Для того, щоб працювало все, що ми від нього очікуємо, потрібне створення програм/платформ зі зручними інтерфейсами і призначеною для користувача базою. А це – інвестиції в стартапи, які сьогодні розробляються у великій кількості. На практиці – це справа в бажанні ринку і довірі інвесторів.

---

... артринок – це олігопольна структура, у якій першим 3-5 гравцям у кожній сфері гарантований фінансовий успіх, але з одним застереженням: сумарний вік цих гравців (компаній) – понад 1000 років. Тому вкладати як інвестор в стартапи ринку мистецтва (не плутати з вкладенням в самі художні роботи! – ARTFINEX) буде лише той, хто хоче мати соціальні пільги, або має на меті прибрати конкурентів, роблячи їх частиною групи компаній. ... Приклади з практики наочно

<sup>533</sup> Филатова О. Новейшая живопись: как делать деньги на картинах, созданных искусственным интеллектом. *Comnews*. 21.10.2019. URL: <http://www.comnews.ru/digital-economy/content/202454/2019-10-21/2019-w43/noveyshaya-zhivopis-kak-delat-dengi-kartinakh-sozdannykh-iskusstvennym-intellektom#ixzz6Es2ObzXu>

<sup>534</sup> Искусство на поводке блокчейна. *Artfinex*. 28.02.2018. URL: <http://www.artfinex.com/single-post/2018/02/28/искусство-на-поводке-блокчейна>

показують поділ блокчейн-проектів у сфері мистецтва на «інвестиційні» (приватні, деривативи, застави) і «гуманістичні» (провенанс, індекси, роялті). Загальна проблема перших – ринок є, легальної бази немає; других – легальна база є, ринок не готовий. Ситуація така, що всі вишикувалися в чергу і чекають крипто-прориву. Так, швейцарська компанія Maecenas оцінила потенціал заставного ринку з предметами мистецтва, запропонувавши колекціонерам і музеям токенізувати роботи для отримання cash flow, з другого боку, частки предметів мистецтва мають купуватися крипто-спільнотою і торгуватися між учасниками платформи за аналогією з NASDAQ.

Найбільша кількість блокчейн-стартапів у мистецтві з'являється у сфері обліку провенансу: тут і Verisart, заснований колишнім CEO Saatchi Online Робертом Нортонем, який дозволяє створювати цифрові сертифікати на предмети мистецтва; і Artex, що об'єднав облік провенансу з індексом цінних показників для зважених торгових операцій з мистецтвом; Sediton Art приготувався торгувати цифровими зображеннями онлайн; Ascribe і Binded (раніше називався Blockai) на основі реєстрації авторських прав художників створюють моніторингові служби зі збору та виплати роялті; Artlery – прагне створити щось подібне власного артфонду з внутрішньою валютою, де обмежене коло молодих художників буде виходити на ринок під контролем компанії. Для прикладу, зі стартапів, які офіційно запустилися в 2018 р., відзначимо Codex – суміш цінних індексів Mei & Moses з реєстром провенансу. Особливістю Codex є надбудова, що дозволяє в майбутньому здійснювати операції на публічних аукціонних торгах за криптовалютою – на основі обробленої системою і зваженої колекціонером інформації про той чи інший лот<sup>535</sup>.

Фінансовий аналітик Deloitte запустив ArtTracktive – платформу, що допомагає колекціонерам швидко і якісно здійснювати митні оформлення та логістичні операції по всьому світу. Artprice взявся перенести на блокчейн свою базу публічних торгів і супутню аналітику. Лондонська галерея Dadiani Fine Art відкрито заявила, що відтепер приймає оплату за предмети мистецтва за основні цифрові гроші через крипто-гаманці. А от щодо швидкої адаптації блокчейна і криптовалюти головними аукціонними будинками – Sotheby's і Christie's – є обґрунтовані сумніви. Sotheby's – публічна компанія, і всі рішення зобов'язана приймати радою акціонерів. Як відомо з історії

<sup>535</sup> Искусство на поводке блокчейна. *Artfinex*. 28.02.2018. URL: <http://www.artfinex.com/single-post/2018/02/28/искусство-на-поводке-блокчейна>

Christie's, компанія мала серйозні проблеми під час впровадження нових технологій на рубежі 80-90-х рр., витративши близько 100 млн дол. США на адаптацію комп'ютерних технологій під свої потреби.

Аналізуючи можливості запровадження блокчейна на артринку, слід звернути увагу на такі особливості:

- *блокчейн не врятує ринок від підробок*, оскільки у нього спочатку можна внести інформацію про підроблені роботи, забезпечивши такими ж правдивими сертифікатами. Проте інформацію цю не можна буде видалити! І в цьому плюс: аферисти тисячу разів подумують, чи варто показувати в децентралізованій мережі завідомо неправдиву інформацію. Сьогодні ринок фальшивих робіт тримається здебільшого на незнанні звичайної людини як трактувати той чи інший супроводжуючий документ. А з розміщенням їх у відкритому доступі – збільшиться грамотність, а з нею спроститься верифікація. Ринок почне самоочищатися;
- *блокчейн, потенційно, може зробити ринок більш прозорим* – прозорість насамперед у доступі до інформації. Потрібна така інформація: один посередник в угоді з предметом мистецтва або десять? наскільки ринково обґрунтована запитувана ціна? чи підтверджено підписи експертів на документі, що надається? чи провів художник сто виставок, як зазначив в CV? Отже, щоб про все це дізнатись, потрібен час, а блокчейн, за умови завантаження інформації та можливості роботи з Big Data, може цей час скоротити до секунд;
- *з впровадженням блокчейна в артбізнес можуть зникнути деякі професії*, насамперед непотрібні посередники; складно буде артдилерам, які не мають власних виставкових просторів. Блокчейн ніяк не позначиться на компаніях-посередниках у супутніх послугах, просто логісти будуть своєчасно вносити в блокчейн трекінг, страховики – оновлювати поліси і т.ін.;
- *блокчейн збільшить обсяги артринку*. І це стосується всіх сегментів. Коли покупець художнього твору за 2000 дол. побачить, що дані про його покупку вносяться в окремий реєстр і дбайливо зберігаються поряд з blue chips, він стане купувати більше, насамперед роботи молодих художників. Коли відвідувач артярмарку, наводячи телефон на картину, отримає повний пакет документів на неї, включаючи маркетинговий прогноз, йому буде легше розлучатися з 50-100 тис. дол. США. Коли великий колекціонер буде відслідковувати капіталізацію збірок

на суму понад 10 млн дол. США – він буде активнішим на ринку. Нарешті, коли інвестори побачать прозорість активів і механізм їх індексації – вони прийдуть в артринок масово, а не 15% обігу як тепер;

- *розширення простору для інвестування* – сьогодні мистецтво продовжує займати 0,1% вартості всіх інвестиційних активів. Потенціал для розширення – величезний: як тільки крипто-інвестори залучать цифрові капітали в артринок, у колекціонерів з'являться вільні гроші, і вони стануть їх витрачати. Прогнозується, що ціни на ринку мистецтва зростуть. Сьогодні блокчейн тримає артринок «на повідку»: насамперед фінансовим потенціалом інвесторів, і лише потім – перспективами легалізації та очищення екосистеми мистецтва. А скоро почне за поводок тягнути. І тоді подивимося, чи вистачить у ринку зчеплення кігтів з асфальтом<sup>536</sup>.

Підсумовуючи, слід зазначити, що серед основних плюсів блокчейна: (1) система зберігання інформації (постійно оновлювана документація, пов'язана з колекцією і діями команди з її управління; це реєстрація провенансу, технологічних і мистецтвознавчих експертиз, оцінки вартості, страхування, реставрації, прав власності та зміни власників; цінові показники: вартість покупки і продажу, індекси ринку, реєстрація подібних продажів і капіталізації колекції загалом і по окремих предметах. На допомогу власнику і менеджеру колекції блокчейн також може фіксувати показники IRR і ROI і всі дії менеджерської команди, показуючи колекціонерів, які конкретні помилки призвели до зростання або падіння вартості окремих робіт); (2) децентралізація (дані користувача в блокчейні розфасовані по всіх комп'ютерах мережі і не можуть бути видалені або змінені. Колекціонер має можливість самостійно регулювати публічність своїх даних. Безперечний плюс децентралізації в неможливості втратити дані: вони будуть швидко відновлені спільнотою); (3) відсутність посередників при угодах (за умови використання криптовалюти) та (4) транскордонність платежів.

Заслужують на увагу також прогнози щодо розвитку *артринку*: (1) дистанційні технології аукціонної торгівлі помітно потіснять, а місцями повністю витіснять класичну схему «аукціоніст з молотком в залі»; (2) нова ситуація сформується довкола виставок і експозиційних просторів: люди стануть все рідше ходити на виставки, проте поціновувачі мистецтва і професіонали нестримно звикають дивитися

<sup>536</sup> Искусство на поводке блокчейна. *Artfinex*. 28.02.2018. URL: <http://www.artfinex.com/single-post/2018/02/28/искусство-на-поводке-блокчейна>

виставки в Інтернеті. Прогнозується, що аудиторія глядачів розпадеться умовно на «кінотеатр» (тих, хто витрачає час і гроші на похід у музейний зал) і свій «стрімінг» (тих, хто дивиться виставки у фоторепортажах в Інтернеті), до того ж «стрімінг» зростатиме швидше. А ось виставковим проектам у приватних галереях стане все складніше завойовувати увагу; (3) на артринку стануть все сильніше відокремлюватись відповідні кола, світи, аудиторії згідно з критерієм свого ставлення до мистецтва в Інтернеті. Проте цифровізацію артринку значна частина забезпечених покупців, найімовірніше, не помітить. До цього списку можна додати швидку зміну способів комунікації артбізнесів із зовнішньою аудиторією і презентації інформації про художників. Наприклад, віднедавна власний сайт для артбізнесу перестав бути інструментом вищого пріоритету, ефективніше виявилися соцмережі і загальні майданчики з готовим трафіком.

Загалом усі ці тренди – це виклик перед усіма учасниками екосистеми мистецтва. І щоб упоратись з загрозами, що виникають, і своєчасно знаходити відповіді на виклики, усім її учасникам потрібно володіти цифровою грамотністю, яка допомагає сформуванню відповідних цифрових компетенцій, тобто вільно володіти цифровою технікою і широко використовувати її під час створення та реалізації своїх творчих робіт. Цифрова грамотність визнана ЄС однією з 8 основних компетентностей для повноцінного життя та діяльності у сучасному світі. У 2016 р. ЄС представив оновлений фреймворк Digital Competence (DigComp 2.0), що складається з 21 компетентності. З-поміж іншого, у цьому документі є визначення навички щодо цифрових технологій – *цифровий інтелект* (Digital Quotient) – вміння самостійно визначати потребу в отриманні додаткових нових цифрових навичок, за аналогією з IQ або EQ, які використовуються для вимірювання рівня загального та емоційного інтелекту. Що стосується безпосередньо діяльності художника, то в кожен епоху він має опановувати сучасні інструменти творчості, щоб виробити свою мову, що відображає суспільство, у якому художник існує. Освіта художників у сфері нових технологій і в тому, як вони можуть використовуватись у створенні нових форм мистецтва – ще один напрям, над яким працюють різні тандеми сучасних експертів і художників. Використовуючи у своїй творчості нові технології, не потрібно нехтувати й технічною освітою.

Таким чином, сучасні цифрові технології здійснили і продовжують чинити величезний вплив на мистецтво. Створення спеціальних програм і нових можливостей, які надаються художникам, дозволяють

більш повно розкрити свій творчий потенціал, знайти нові шляхи передачі зображення, створити футуристичні образи, втілити всі свої найфантастичніші мрії. Проте слід зазначити, що неоднозначною поки що залишається проблема оцінки цього впливу. Фахівці в галузі культури і мистецтва розділилися на два табори – ті, хто сприймає цей вплив і вважає медіа-мистецтво кроком у розвитку, перспективним напрямом, і тих, хто не сприймає, оцінюючи медіа-мистецтво як деградацію. Тобто маємо прояв типової проблеми боротьби консерваторів і новаторів, що характерно для будь-якого етапу технологічних змін, що спричиняють культурну еволюцію. Здебільшого обґрунтовується думка, що як би вона не розвивалася, цифровий живопис не стане заміною реального мистецтва, оскільки мистецтво живопису – це емоції, відчуття, стан, які художник передає на полотно за допомогою фарб, олівця, гіпсу, вугілля і т.ін. Основний аргумент – у художній галереї людям важливо побачити всі можливі нюанси: неточності, мазок пензля, блиск фарби у віддзеркаленні світла та відчувати ауру картини і стан самого художника.

Проте якою б не була оцінка зазначеної ситуації, сучасна людина все більше оточує себе сферою цифрових технологій, що надають можливості для їх повноцінного використання в процесі творчості. Завдяки цьому в сучасному мистецтві складаються передумови до формування нового стилю, завдання якого полягає в тому, щоб показати формування нової епохи в мистецтві, ознаменованої виникненням глобального стилю, яке називають «цифрове мистецтво» («digital art»). Інтеграція з наукою і використання цифрових технологій дозволить художникам відкрити і освоїти ще немало нових художньо-естетичних просторів. Так, на відміну від традиційного живопису, у цифровому живописі виникає незвичайний і принципово новий інструментарій, який дає можливість створювати сучасні алгоритми роботи над художнім твором з нескінченними варіантами різних опцій і корегувань.

З економічної точки зору, виникають нюанси і у практиці збору, розподілу на жанри та продажу таких цифрових артоб'єктів. З'являється все більше колекціонерів, які готові вкладати кошти в твори цифрових художників і покладають великі сподівання на нові технології. Наприклад, вони створюють резиденції, куди запрошують працювати авторів, що створюють там об'єкти і залишають їх для колекції. Проте існують свої технічні проблеми для подальшого існування таких творів, зокрема питання їх збереження і технічної підтримки, логістики, оформлення їх статусу та ін. Ці та інші питання вже сьогодні починають



системно вирішуватися під час розроблення екосистеми мистецтва на основі технології блокчейна.

Отже, сучасний інтерактивний віртуальний простір, який формується завдяки цифровим технологіям, – це простір, де зникають відмінності між далеким і близьким, зовнішнім і внутрішнім, біологічним і автоматичним. Він породжує, таким чином, нові можливості видовищності та інклюзивності, стимулюючи взаємопроникнення традиційних видів образотворчих мистецтв і нових цифрових технологій. У цьому контексті сьогодні в мистецтві спостерігаються зміни на онтологічному рівні, де симуляція і репрезентація виходять на перший план, віртуальне витісняє реальне, час превалює над простором, а зображення панує над об'єктом, змінюючи звичні закономірності. Сьогодні віртуальність, що є властивістю людської свідомості, завдяки цифровим технологіям, є новою формою культурного вираження, яка стає все більш затребуваною в сучасному світі.

Розділ 9.  
Державна політика у сфері розвитку  
та підтримки мистецтва





## 9.1. Держава і мистецтво

Взаємовідносини держави та культури, складовою якої є мистецтво, завжди були предметом пильної уваги політико-правової, економічної та навіть філософської думки. У сучасному лексиконі утвердились такі поняття, як «культурна держава», «культура державності». Була навіть сформована концепція про взаємовідносини держави і культури – концепція «держава як витвір мистецтва» запропонована в ХІХ ст. дослідником італійського Ренесансу Я. Буркхардтом, одна з глав книги якого «Культура Італії в епоху Відродження» (1842 р.) отримала назву «Держава як витвір мистецтва» (*Der Staat als Kunstwerk*). «Там, де ... егоїзм втрачає похмуре забарвлення і поступається місцем іншим спонуканням ... держава набуває характеру творчо побудованої будівлі, іншими словами, вона стає витвором мистецтва»; «... держава як витвір мистецтва – це держава, яка визначається культурою»<sup>537</sup>. Згідно з Я. Буркхардтом, існують три типи влади: держава, культура і релігія.

Розглядаючи взаємовплив мистецтва і конституційно-правових процесів у державі, Є. В. Сазоннікова зазначає: «Визнаючи за мистецтвом комунікативну функцію, держава в ідеалі здійснює різнопланову діяльність. По-перше, держава підтримує мистецтво: виховання художнього смаку громадян, заохочення естетичних запитів особистості є одним з елементів культурної функції держави. По-друге, держава вживає заходів щодо захисту громадян від образного впливу творів, що становлять загрозу духовному здоров'ю населення. Одна з найсерйозніших загроз полягає в атмосфері масової культури, гедонізму суспільства споживання, коли художня діяльність стає бізнесом, твори мистецтва «штампуються». По-третє, держава заохочує традиційне та інноваційне спрямування розвитку мистецтва. Протекціонізм щодо новаторства, експериментальні напрями в мистецтві не мають бути визначальним вектором розвитку державної політики в галузі мистецтва. В ідеології інноваційного розвитку, яка сьогодні зачепила усі сфери життєдіяльності суспільства, криється серйозна загроза для збереження мистецтва як традиції»<sup>538</sup>. У гносеології державознавства осмислення естетичного типу пізнання має бути доповнено новим

<sup>537</sup> Баренбойм П. Правовое государство как партнер гражданского общества: к 150-летию опубликования концепции «Государство как произведение искусства». *Законодательство и экономика*. 2010. № 9. *Консультант-Плюс*.

<sup>538</sup> Сазонникова Е. В. Концепция «государство как произведение искусства»: история и современность. *Вестник ВГУ. Серия: Философия*. 2014. №3. С. 131-135.

елементом: державознавство тісно пов'язане не тільки з економікою, політикою, але і з філософією мистецтва, і з естетикою як складовими духовної культури. Сучасне трактування концепції «держава як витвір мистецтва» має акцентувати увагу: по-перше, на нерозривності зв'язку культури і держави; по-друге, на необхідності державної підтримки науки, освіти, мистецтва, охорони культурної спадщини.

Коли ми говоримо про державу як витвір мистецтва, то варто також звернути увагу на роль, відведену культурі і мистецтву серед пріоритетів державної політики. Зрозуміти ставлення держави до сфери культури і мистецтва можна з того, що про це йдеться в Конституції, як основному Законі країни і яку частину бюджету виділяють на його підтримку і розвиток. Конституція гарантує кожному свободу літературної, художньої, наукової, технічної та інших видів творчості, викладання. Вона підкреслює, що кожен має право на участь у культурному житті і користування установами культури, на доступ до культурних цінностей. Але передбачає і обов'язки з боку громадян: кожен зобов'язаний піклуватися про збереження історичної та культурної спадщини, берегти пам'ятки історії і культури.

Практика та досвід розвитку сфери культури і мистецтва в різних країнах показує, що діяльність її суб'єктів значною мірою залежить від підтримки з боку владних і громадських структур усіх рівнів. Зокрема, у нашій країні без подібної підтримки навряд чи могло б існувати театральне і музичне мистецтво, а шедеври українського живопису, що зберігаються і виставляються в музеях, охороняються державою. Також важлива роль у розвитку творчої діяльності, особливо в ринкових умовах, належить особам і структурам, завдяки яким витвори мистецтва стають соціокультурним фактом, набувають популярності і публічності.

Слід зазначити, що однією з основних концепцій, що покладені в основу державної підтримки культури, вважається теорія мериторних благ Р. Масгрейва<sup>539</sup> та її подальший розвиток (мериторними благами називають блага, попит на які з боку приватних осіб відстає від бажаного суспільством і стимулюється державою). Таким чином, сама концепція мериторики пов'язана з інтересами співтовариства людей загалом, які безпосередньо не виявляються в індивідуальних перевагах. (Мериторні блага включають багато видів культурної діяльності разом з охороною здоров'я, освітою, субсидуванням житла для сімей з низьким доходом та інші послуги). Стосовно ролі держави у підтримці культури, визнаними є наукові підходи А. Я. Рубінштейна,

---

<sup>539</sup> Musgrave R. A. The Theory of Public Finance. N. Y., 1959. Pp. 70-80.

який продовжив теорію Р. Масгрейва і розробив теорію «опікунських благ», тобто таких товарів і послуг, що перебувають під опікою держави<sup>540</sup>. У межах цієї теорії однією з основних тез обґрунтування державної підтримки культури і мистецтва стає необхідність компенсувати так звану «хворобу цін», сутність якої зводиться до того, що витрати виробництва у виконавських мистецтвах зростають швидше за доходи<sup>541</sup>. Зокрема, одним з обґрунтованих висновків А. Рубінштейна є такий: «Результати запропонованої теорії свідчать про те, що держава не має витратити обмежені суспільні ресурси, імітуючи поведінку мецената. Будучи найважливішим інститутом суспільства, вона є «відповідальна» за колективні інтереси, реалізація яких передбачає опіку деяких товарів і послуг. При цьому йдеться саме про суспільні інститути, а не про персоніфікованого суб'єкта, що приймає «державні рішення». І в цьому сенсі витрати держави ніяк не можна розглядати у вигляді беззворотних витрат бюджету. Задоволення специфічних потреб суспільства, реалізація його соціальних установок, включаючи наявні етичні норми справедливості, – це і є та віддача, яка обертає державні витрати в соціальні інвестиції, попри те, що не всі суспільні інтереси можна (та й чи потрібно?) виразити в термінах економічного зростання. Один з найважливіших практичних висновків запропонованої теорії – необхідність модернізації соціальної політики, започаткованої на переході від «держави-мецената» до «держави-інвестора»<sup>542</sup>.

Дослідження показують, що взагалі існують такі моделі державної підтримки освіти і культури: (1) патерналістська, сутність якої компенсувати за рахунок бюджетних субсидій дефіцит доходів, що виникає в організації освіти і культури з об'єктивних причин, зокрема через «провали ринку»; (2) інвестиційна модель, яка полягає у збільшенні державних інвестицій у гуманітарну сферу для забезпечення переходу до інноваційної економіки, започаткованої на знаннях, і сталого соціально-економічного розвитку; (3) стимулююча модель полягає у створенні умов, що заохочують розвиток креативних індустрій і залучення креативного класу за рахунок високої міграційної привабливості країни для забезпечення її міжнародної

<sup>540</sup> Рубінштейн А. *Общественные интересы и теория публичных благ. Вопросы экономики*. 2007. № 10. С. 23-24; Рубінштейн А. *Мериторика и экономическая социодинамика: дискуссия с Р. Масгрейвом. Вопросы экономики*. 2009. № 11. С. 100-101.

<sup>541</sup> Baumol W. J., Bowen W. G. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. N. Y.: The Twentieth Century Fund, 1966.

<sup>542</sup> Там само.

конкурентоспроможності і випереджаючого соціально-економічного розвитку в глобальній економіці.

У науковій думці досі ведеться дискурс щодо питання, яке стосується одного з видів опікуваних благ – художніх продуктів, що створюються у сфері культури і мистецтва. Висуваються різні припущення про природу, принципи і методи їх державної підтримки, розробляються рекомендації щодо обсягів бюджетного фінансування споживання культурних благ окремими категоріями населення, певної номенклатури послуг організацій культури, їх пересувних форм роботи і т.ін. Проте існують і протилежні точки зору.

Як зазначає С. Сіренко, існує два типи фінансових систем у галузі культури: (1) англо-саксонський тип фінансування сфери культури, здійснюється лише за рахунок зборів і пожертв (переважно спостерігається в США та Великобританії); (2) модель континентальної Європи, має характер змішаного чи багатоканального фінансування (поряд з приватним, благодійним фінансуванням сфери культури дуже велика частка фінансування сфери культури відбувається коштом держави. Його застосовують усі європейські країни)<sup>543</sup>.

Порівнюючи результати соціологічних опитувань у зарубіжних країнах світу та в Україні, знаходимо підтвердження тези про прямий зв'язок між економічним розвитком країни та освітнім, культурним рівнем розвитку людини. У цьому контексті роль державної влади полягає у забезпеченні вільного розвитку національної культури через її фінансову підтримку. Останнє завдання можливо виконати лише за умови економічної і фінансової стабільності держави. Тому, реалізуючи цілі інтеграції в Європу, членства в ЄС та НАТО, необхідно передусім досягти рівня самодостатньої держави з власною національною і культурною самобутністю.

Відразу необхідно зробити застереження, що «фінансування культури» в бюджетах більшості країн включає в себе і кінематограф, і театр, і бібліотеки, і ще багато іншого. Зокрема, що стосується США та їх підходу до державної дотації: спроба перейти до державного фінансування культури була здійснена в 1936 р. (реформа Фленнагана). Ситуація склалась так, що лише за один наступний 1937 р. якість мистецтва на утриманні держави настільки впала, що уряд відмовився від цієї ідеї. З 1937 р. і досі практично всі культурні установи працюють за принципом

<sup>543</sup> Сіренко С. Державне фінансування сфери культури як чинник формування та розвитку суспільної свідомості українців. *Світ фінансів*. 2015. №1. С. 193-203.



самоокупності, що підвищує конкуренцію і робить культурний продукт більш якісним. Але водночас – найважливіше доповнення! – практично відразу США прийняли перший закон про меценатство. Звідси ми бачимо в США значне перевищення у відсотках приватних дотацій у сферу мистецтва над іншими державними (табл. 9.1)<sup>544</sup>.

Таблиця 9.1

Державна і приватна підтримка мистецтва в 2019 р. у світі

Регіон	Державне фінансування культури, млрд дол. США	Частка від ВВП, %	Приватні пожертви на мистецтво, млрд дол. США	Питома вага приватних пожертв на мистецтво від державного фінансування, %
Африка	1,90	0,16	1,00	53
Латинська Америка	0,75	0,06	1,10	147
Близький Схід	2,10	0,29	7,60	362
Азія	25,63	0,14	18,80	73
Європа	56,01	0,39	48,20	86
США	1,34	0,01	75,00	5585

Джерело: <sup>545</sup>.

В Україні й на сьогодні не вирішеними залишаються питання щодо необхідності державної підтримки культури; напрямів і механізмів її впровадження; обсягів державного фінансування культури, оптимальних для сталого розвитку суспільства; збереження національної

<sup>544</sup> Белькевич Д. Отчет TEFAF 2020: финансирование и меценатство в искусстве. *ARTInvestment.RU*. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analyt-ics/20200324\\_tefaf\\_report.html](https://artinvestment.ru/invest/analyt-ics/20200324_tefaf_report.html)

<sup>545</sup> TEFAF's annual Art Market Report. *TEFAF*. 2020. URL: <https://amr.tefaf.com/chapter/foreword>

самосвідомості та національних культурних цінностей. Тому останні десятиріччя основним питанням економіки культури, яке потребує теоретико-методологічного обґрунтування, залишається питання державної фінансової підтримки галузі культури та мистецтва, а також роль держави у збереженні та розвитку культурного простору країни, формуванні національної самосвідомості та ідентичності.

Одним з головних пріоритетів державної політики конвергенції України та ЄС є сприяння інтеграції нашої держави в європейський і світовий культурний простір, зокрема, як зазначено в Коаліційній угоді українського парламенту, сприяти просуванню українського національного культурного продукту на європейському і світовому культурному просторі, співпрацюючи з міжнародними організаціями. Такі пріоритети були визначені також у Законі України «Про культуру» (Розділ 1. Основні положення, стаття 3: «Пропагування української національної культури у всій її різноманітності за кордоном та світового культурного надбання в Україні». Розділ 8. Міжнародні культурні відносини, Стаття 33<sup>546</sup>: «Держава сприяє міжнародному культурному обміну, співробітництву закладів культури, професійних творчих працівників, працівників культури України із зарубіжними партнерами».

Про стан реалізації культурної політики в контексті переформатування її концепції в умовах зміни політичної влади в Україні досить яскраво можна побачити в нижче зазначеній публікації:

---

У 2014 р. вакуум влади, що утворився внаслідок руйнації державних інститутів, намагалися заповнити породжені Майданом активістські рухи, такі як Асамблея діячів культури, яка хоч і не стала суб'єктом прийняття рішень, але певний час виконувала функцію важливого дискусійного майданчика. Старі дискредитовані культурні еліти – управлінська та номенклатурно-спілчанська – маргіналізувалися, інтелектуальний центр генерації нових стратегій перемістився в незалежні експертні середовища, які довгий час існували паралельно (та в опозиції) до влади. Посилені успішними культурними менеджерами-практиками, експертні групи «РПП-Культура» та «Культура 2025» згуртували акторів культури з новим «західним» етосом і стали мозковими центрами реформ у культурному секторі. Лідери цих об'єднань мали поколіннєвий зв'язок з новими політичними елітами, через які лобіювали законодавчі зміни. Окреме лобі та систему

---

<sup>546</sup> Коаліційна угода. Верховна Рада України, 2014. URL: [http://www.afo.com.ua/doc/Coalition\\_Agreement\\_2014.pdf](http://www.afo.com.ua/doc/Coalition_Agreement_2014.pdf)

самоорганізації вибудувало кіносередовище, для якого більш-менш прозорий доступ до ресурсів відкрився ще в 2011 р. 2014 р. вивів на авансцену експертне середовище з уже готовою концепцією реформ. Перейнята зовнішніми викликами, нова влада доволі швидко визнала компетентне представництво експертних груп і невдовзі почала імплементувати їх напрацювання в закони. Коли влада усталилась, а низовий активістський рух виснажився, нова парадигма державної підтримки культури уже утвердилась на законодавчому рівні. Демонтаж системи вибіркового доступу до ресурсів спричинив зближення та взаємопроникнення державного та незалежного («третього») секторів культури, конкуренцію за державний ресурс, зміну менеджерських еліт у державних інституціях. З'явилась низка державних інституцій-донорів (УКФ, УК, частково – УІ), і як наслідок – *нова культурна інфраструктура*. Після президентських виборів 2019 р., здавалось, уже ніхто не ставив під сумнів доцільність та ефективність розбудованої в попередні роки системи. Однак централізація влади в руках представників однієї політичної сили, сформованої нашвидкоруч, принесла нові виклики. Якщо в попередній період відбувалась поступова конвергенція двох раніше непримиримих культурних секторів – привілейованого державного та упослідженого незалежного, *після виборів заявив про себе третій – зверхньо ігнорований двома попередніми: популярна розважальна культура...* Зміцнілий сектор розважальної культурної економіки отримав широке представництво у владі... Прихід до влади артменеджерів розважального сектору спричинив радикальну зміну риторики та економічних підходів. До користувачів бюджетних коштів стали висуватись додаткові вимоги – сумнозвісні КРІ. Державна дотація стала розглядатись як інвестиція, яка має бути повернута в грошовому еквіваленті (аналогічні вимоги ще раніше висувалися до кіно). Так всередині влади виникло власне експертне середовище, не тільки політично лояльне, але й світоглядно компліментарне владній верхівці. Водночас відбулась *дискредитація реформаторського експертного середовища, активного в попередні 5 років, авторитет котрого нова влада пов'язала з лояльністю до майданної влади, а не з компетентністю, мірилом якої тепер стала економічна успішність.*

На відміну від панівної в попередні 5 років ідеї про окремішність культурної сфери та специфічність культурної економіки, на якій була побудована нова екосистема культури, новітня «внутрішньовладна» експертиза базується на уявленні про універсальність економічних механізмів. По суті, актуалізувався класичний конфлікт умовно «високої» та «низької»

культур – культури як виробництва смислів і культури як виробництва розваг. Обидві претендують на формування нової ідентичності: одна – через плекання критичної свідомості та соціальної відповідальності, друга – через емоційну уніфікацію та залученість. В одній парадигмі культура – системоутворювальний елемент, в іншій – декоративний. Одна націлена на суспільне благо, інша – на матеріально вимірюване економічне. Наслідки «внутрішньовладної» експертизи в культурному секторі фахове середовище відчуло на собі в грудні 2019 р., коли через дефіцит бюджету першими зазнали недофінансування державний сектор культури та освіти. Тоді культурне середовище зреагувало оперативну, через громадський розголос домігшись відновлення фінансування<sup>547</sup>.

---

Як бачимо, питання розвитку будь-якої сфери діяльності (і культури та мистецтва також) в Україні в частині її фінансового забезпечення повністю залежить від політичного фактора, а тому перманентна зміна влади в країні не дозволяє зробити цей розвиток сталим і послідовним.

Важливим ресурсом забезпечення успішної реалізації державної політики реформ та основою національної консолідації українців має бути культурний потенціал суспільства. Попри важливість значення культури для розвитку особистості, утвердження європейських цінностей та консолідації суспільства, доводиться констатувати, що й до цього часу у політиків та управлінців поширене поверхове сприйняття культурної сфери, розуміння її як другорядної, про що свідчить її фінансування. Так, згідно зі статистичними даними, протягом 2014-2016 рр. динаміка Державного бюджету України випереджала динаміку видатків Міністерства культури України. Культура і мистецтво не були пріоритетними сферами фінансування (зважаючи на необхідність зміцнення обороноздатності країни, погашення зовнішніх державних боргів, рефінансування та підтримку банківської системи України тощо). Зокрема, це відобразив Бюджет на 2017 р. Так, попри передбачене певне збільшення фінансування сфери культури з 10,7 млрд грн у 2016 р. до 12,06 млрд у 2017 р., тим не менш, це збільшення на 12,7% нівелювалось за рахунок інфляції. Більш показовою є цифра, що демонструє зменшення частки витрат на потреби культури у ВВП з 0,53 % у 2014 р. до 0,47 % у 2017 р. Це при тому, що найбільш актуальними напрямками реформування культурної політики, на думку аналітиків, були визна-

---

<sup>547</sup> Козленко І. Чого нас мають навчити бюджетні війни за культуру. ЛБ. 30.03.2020. URL: [https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993\\_chogo\\_mayut\\_navchiti\\_byudzhetni\\_viyini.html](https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993_chogo_mayut_navchiti_byudzhetni_viyini.html)

чені такі: створення її інституційної та правової бази; модернізація управління державними та муніципальними закладами культури; забезпечення альтернативних джерел фінансування культури; активізація культурного процесу у регіонах<sup>548</sup>. Роль держави у підтримці розвитку креативних індустрій можна уявити (знову ж таки досить умовно) за динамікою видатків зведеного бюджету України на окремі соціально-культурні заходи (табл. 9.2), що мають тенденцію до зменшення частки таких видатків у ВВП, до того ж найменші були у 2016 р.

Таблиця 9.2

**Видатки зведеного бюджету України на окремі соціально-культурні заходи у 2011-2016 рр.**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усього видатків зведеного бюджету України, млн грн	377842,8	492454,7	505843,8	523125,7	576911,4	684883,7
з них						
Культура і мистецтво	6046,5	8017,9	8444,1	8483,5	1804,4	2012,0
Засоби масової інформації	1147,9	1604,3	1247,2	1024,5	1108,9	1483,7
Фізична культура і спорт	4290,5	3933,1	3869,4	4280,4	3647,5	1410,7
У % до загальної суми видатків						
Культура і мистецтво	1,6	1,6	1,7	1,6	0,3	0,3
Засоби масової інформації	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Фізична культура і спорт	1,1	0,8	0,8	0,8	0,6	0,2
у % до ВВП						
Культура і мистецтво	0,6	0,6	0,6	0,5	0,1	0,1
Засоби масової інформації	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Фізична культура і спорт	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1

*Джерело: складено за даними Держстату України.*

<sup>548</sup> Актуальні питання реформи державної культурної політики в сучасних умовах: аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/2456/>

Однак у 2017-2018 рр. відбулося випереджаюче зростання видатків Мінкультури щодо загальних видатків Держбюджету (2017 р. – 158,7% проти 122,5%; 2018 р. – 152,4% проти 118,2%). Найбільше зростання номінальних видатків на культуру і мистецтво було зафіксовано 2017 р. Так, за даними Держказначейства України, 2017 р. бюджетування культури та мистецтва зросло на 46,2%, порівняно з 2016 р. Цей показник перевищив динаміку як зведеного бюджету України загалом (26,4%), так і динаміку інших соціальних сфер, освіти (37,3%) та охорони здоров'я (35,6%) зокрема. Важливим при цьому є той факт, що зростання видатків на культуру і мистецтво два роки поспіль випереджало Індекс споживчих цін, що дало підстави стверджувати не тільки про номінальне, але й про реальне зростання видатків на культуру і мистецтво у зведеному бюджеті України. А у зв'язку з початком реалізації заявлених реформ, особливо реформи децентралізації влади, у країні спостерігався високий рівень децентралізації у бюджетному фінансуванні культури та мистецтва. Зокрема, протягом 2014-2016 рр. частка місцевих бюджетів становила 82 %<sup>549</sup>.

Заплановані на 2019 р. видатки розвитку Міністерства культури України, зрісши 2018 р. у чотири рази, залишилися майже на такому ж рівні – 791,7 млн грн (11,6% бюджету Міністерства). Найбільше видатків розвитку буде проведено за такими програмами: КПКВК 1801280 «Будівництво об'єктів загальнодержавного значення у сфері культури» – 500 млн грн; КПКВК 1801170 «Загальнодержавні заходи у сферах культури та мистецтв, охорони культурної спадщини, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей, державної мовної політики, міжнародних відносин, релігії та захисту прав національних меншин» – 144,2 млн грн; КПКВК 1809020 «Заходи з реалізації державної політики у сфері відновлення та збереження національної пам'яті, забезпечення діяльності Національного меморіального комплексу Героїв Небесної Сотні – Музею Революції гідності та Галузевого державного архіву Українського інституту національної пам'яті» – 57,9 млн грн; КПКВК 1801060 «Підготовка кадрів для сфери культури і мистецтва вищими навчальними закладами III і IV рівнів акредитації» – 49,5 млн грн.

За наявного механізму фінансування під час розподілу видатків місцевих бюджетів сфера культури перебуває на останніх позиціях. Так, у структурі видатків місцевих бюджетів за 2014-2018 рр. спостерігалась

<sup>549</sup> Аналіз бюджетного фінансування галузі культури і мистецтва у 2018 році. *Український центр культурних досліджень*. 2018. URL: [http://uccs.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Аналіз-бюджетного-фінансування.pdf?source=post\\_page-----](http://uccs.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Аналіз-бюджетного-фінансування.pdf?source=post_page-----)

стійка тенденція до зниження частки видатків, що спрямовуються на культуру і мистецтво. Водночас частка видатків з Державного бюджету у визначений період має тенденцію до зростання (рис. 9.1).



**Рис. 9.1. Частка видатків на культуру та мистецтво у структурі Державного та місцевих бюджетів у 2012-2019 роках, %**  
Джерело: <sup>550</sup>.

Співвідношення видатків, що спрямовуються з державного та місцевих бюджетів на культуру та мистецтво, змінюється у 2019 р., однак збільшена, порівняно з 2018 р., частка видатків з місцевих бюджетів не досягла рівня 2014 р. <sup>551</sup>.

Закон про державний бюджет на 2020 р., «турборежимно» ухвалений парламентом 14 жовтня 2019 р., був підписаний президентом Зеленським 11 грудня 2020 р. Як відомо, у 2019 р. відбулось злиття Міністерства молоді та спорту з Міністерством культури у Міністерство культури, молоді та спорту, а 2020 р. на його потреби планувалось витратити

<sup>550</sup> Про схвалення Концепції реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19.08.2020 р. № 1035-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1035-2020-%D1%80#Text>

<sup>551</sup> Про схвалення Концепції реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19.08.2020 р. № 1035-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1035-2020-%D1%80#Text>



близько 15,08 млрд грн, тоді як 2019 р. видатки обох міністерств спільно склали близько 9,687 млрд грн (+4,081 млрд грн). З них на державну підтримку кінематографії було передбачено спрямувати більше 758 млн грн, а на «збереження історико-культурної та архітектурної спадщини в національних і державних заповідниках» передбачалося 469 млн грн, на забезпечення діяльності музеїв, бібліотек і просвітницьких центрів виділено майже 800 млн грн (2019 р. на ці потреби спрямовувалося близько 730 млн грн), а в планах фінансової підтримки національних театрів зазначалося 1,385 млрд грн (2019 р. – 1,157 млрд грн)<sup>552</sup>.

Однак, як показали події вже початку 2020 р., обумовлені насамперед коронакризою, багато чого довелося змінювати і про це буде зазначено далі.

Держбюджет на 2021 р. є незвичним для України, ба більше – через коронавірусну пандемію він прорахований на безпрецедентно «екстремальний» рік з точки зору економіки. Це означає, що у бюджеті передбачені (мали б бути) усі ризики та економічні перепади, які, безумовно, очікують на Україну у 2021 р. У пріоритетах бюджету вказано такі напрями: якісна освіта – на це планується витратити 34 млрд грн; доступна медицина – закладено 27,5 млрд грн; COVID-вакцинація – закладено 2,6 млрд грн; сучасна культура – закладено 2,8 млрд грн; турбота про старість, тобто допомога пенсіонерам – закладено 2,4 млрд грн; підвищення мінімальної зарплатні – закладено 41,4 млрд грн; оборона і безпека країни – закладено 267 млрд грн; велике будівництво (дороги) – закладено 20,7 млрд грн; масштабна цифровізація економіки – закладено 1,4 млрд грн.<sup>553</sup>

Міністерство культури України – головний орган у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування й реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв. Основними завданнями Міністерства відповідно положення про Міністерство культури України» №460 від 30.06.2015 р. є забезпечення формування та реалізація державної політики у сферах культури та мистецтв, охорони культурної спадщини, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей, державної мовної політики, міжнаціональних відносин,

<sup>552</sup> Реалії бюджету-2020: хто отримає найбільше порівняно з 2019 роком. *Mind.ua*. 24.12.2019. URL: <https://mind.ua/publications/20205850-realiyi-byudzhetu-2020-hto-otrimae-najbilshe-porivnyano-z-2019-rokom>

<sup>553</sup> Ріст видатків і дефіциту та «коронавірусний фонд»: Чим проєкт держбюджету-2021 відрізняється від цьогорічного. *ЗІК*. 2021. URL: [https://zik.ua/article/rist\\_vydatkiv\\_i\\_defitsytu\\_ta\\_koronavirusnyi\\_fond\\_chym\\_proiekt\\_derzhbiudzhetu\\_2021\\_vidrizniaietsia\\_vid\\_tsohorichnoho\\_980610](https://zik.ua/article/rist_vydatkiv_i_defitsytu_ta_koronavirusnyi_fond_chym_proiekt_derzhbiudzhetu_2021_vidrizniaietsia_vid_tsohorichnoho_980610)

релігії та захисту прав національних меншин; забезпечення формування та реалізації державної політики у сфері кінематографії; забезпечення роботи з проведення гастрольних заходів вітчизняних гастролерів, формування Єдиного банку даних гастрольних заходів, що проводяться в Україні; сприяння діяльності творчих спілок, молодіжних, дитячих та інших громадських об'єднань, що функціонують у сферах культури, мистецтв.

Так, загалом щодо Міністерства культури України в 2016 р. було визначено 552 результативні показники бюджетних програм, з яких виконано тільки 131 (23,7% від загальної кількості всіх показників). Середнє відхилення фактичних значень результативних показників бюджетних програм від їх планових значень становить 79,8%. До основних стратегічних цілей належало: удосконалення нормативно-правової бази у сферах кінематографії, культури та мистецтв, охорони культурної спадщини, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей, державної мовної політики, міжнаціональних відносин, релігії тощо; розвиток національного кіновиробництва; забезпечення функціонування Українського культурного фонду; підтримка та просування українського культурного продукту в Україні та за кордоном; розвиток конкурентоспроможної професійної, наукової та загальнокультурної підготовки кадрів, збереження національних традицій мистецької освіти; збереження культурної спадщини України, зміцнення матеріально-технічної бази закладів культури.

У цьому контексті заслуговує на увагу бюджетна програма на 2019 р. Міністерства культури України за КПКВК 1801130 «Державна підтримка діячів культури і мистецтва», затверджена наказом Міністерства культури України від 06 лютого 2019 р. №84 (у редакції наказу Міністерства культури України від 12 квітня 2019 р. №299). Завдання бюджетної програми: 1. Фінансова підтримка державою обдарованої молоді. 2. Забезпечення належних умов для створення і реалізації молодими діячами творчих проєктів у галузі театрального, музичного, циркового, образотворчого мистецтва, а також молодим письменникам і майстрам народного мистецтва. 3. Підтримка та стимулювання творчої праці діячів культури, літератури і мистецтва, засвідчення їх видатних особистих досягнень шляхом виплати їм премій та державних стипендій у галузі культури, літератури і мистецтва, доступ всіх верств населення до культурних цінностей і художньої творчості. 4. Посилення соціального захисту діячів культури і мистецтва. Напрями використання бюджетних коштів – виплати грантів Президента України у галузі

театрального, музичного, циркового, образотворчого мистецтва, а також молодим письменникам і майстрам народного мистецтва; виплата дворічних державних стипендій видатним діячам культури і мистецтва; Виплата стипендій Президента України для молодих майстрів народного мистецтва; Виплата стипендій Президента України для молодих письменників і митців у сфері музичного, театрального, образотворчого, хореографічного, естрадно-циркового мистецтва та кіномистецтва; виплата премій за досягнення у сфері культури і мистецтва – усього 25 201,80 тис. грн. На жаль, дані про фактичне виконання Програми у відкритому інформаційному доступі відсутні.

Після зміни державної влади під час чергових виборів у 2019 р. постановою КМ України Міністерство культури України було перейменовано у Міністерство культури та інформаційної політики України з корегуванням і уточненням відповідного Положення про Міністерство культури та інформаційної політики України<sup>554</sup>.

2020 р. визначений владою як стартовий рік реалізації проекту створення Музею сучасного мистецтва в Україні. Слід зазначити, що це питання обговорюється вже багато років (про цю ідею та процес просування до реалізації ми зазначали раніше). Однак досі невіршеними залишаються проблеми пошуку приміщення, гарантій реалізації проекту, ухвалення необхідної нормативно-правової бази, розроблення системи контролю за якістю колекції та видатками. Зокрема, на початку 2020 р. у Програмі діяльності Кабінету Міністрів України було зазначено рішення щодо заснування такого музею «як центру тяжіння для креативних ідей, просування і промоції сучасного мистецтва, гнучкого інструменту підтримки українського митця». Перший етап роботи мав бути реалізований протягом 2020 р., для чого в бюджеті було закладено суму 54 млн грн. Одним з основних завдань визначено, що «орієнтація на створення нових сенсів, іронічний та провокативний потенціал сучасного мистецтва стимулюватиме в глядачеві креативність, критичність, готовність пережити новий досвід. Наразі аудиторія сучасного мистецтва в Україні – це переважно (87%, згідно з незалежним опитуванням) молоді люди віком до 35 років. Музейний формат має зацікавити дорослішу, більш консервативну аудиторію. У перспективі Музей може стати простором для продуктивного діалогу з нагальних суспільних питань. Він сприятиме зменшенню

<sup>554</sup> Деякі питання діяльності Міністерства культури та інформаційної політики. Постанова Кабінету Міністрів України від 16.10.2019 р. № 885. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019-%D0%BF#Text>

конфліктності в українському суспільстві, адже сучасне мистецтво є потужним інструментом деідеологізації. Також певний психотерапевтичний ефект очікується завдяки трансляції цінності самовираження і відчуттю причетності до глобальних культурних трендів, які просуватиме Музей»<sup>555</sup>. Слід відзначити, що цифри стосовно поціновувачів сучасного мистецтва в нашій країні, на нашу думку, спираючись на отримані результати досліджень, не зовсім коректні. Для початку не зрозуміло, що автори програми відносять до сучасного мистецтва. Проте музей, звичайно, потрібний.

Ось ще одна креативна ідея на державному рівні: «З метою сприяння розвитку культурного потенціалу України, збереження, популяризації та ефективного використання національного культурного надбання, створення умов для туристичної привабливості об'єктів культурної спадщини, підтримки креативних індустрій: 1. Кабінету Міністрів України: 1) забезпечити розроблення та реалізацію в межах програми «Велике будівництво» заходів, спрямованих на збереження культурної спадщини та розвиток культурного потенціалу України, передбачивши, зокрема: ... в) *за напрямом зі сприяння розвитку креативних індустрій* заходи щодо: опрацювання питання щодо розроблення та затвердження державної цільової програми з розвитку народних художніх промислів України; актуалізації стратегічних планів з розвитку державних кіностудій; реалізації на умовах державно-приватного партнерства проекту «Будинок музики», вирішення питання щодо розміщення такого закладу; запровадження нових моделей діяльності закладів культури, зокрема як поліфункціональних центрів культурних послуг і креативних хабів»<sup>556</sup>. Важлива подія – затвердження Концепції реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами розпорядженням КМ України від 19 серпня 2020 р. №1035-р,<sup>557</sup> де зазначено, що впровадження прогресивних методів бюджетування, орієнтованих на

<sup>555</sup> Створення державного музею сучасного мистецтва в Україні: актуальна проблематика і перспективи. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2020. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-03/stvorennnya-derzhavnogo-museyu.pdf>

<sup>556</sup> Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. Указ Президента України від 18.08.2020 р. № 329/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/329/2020#Text>

<sup>557</sup> Про схвалення Концепції реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19.08.2020 р. № 1035-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1035-2020-%D1%80#Text>

результат, передбачає перехід від утримання бюджетних установ до фінансування наданих ними культурних послуг. Уряд покладає надії, що зміна підходу до фінансування закладів культури сприятиме більш ефективному використанню ресурсів, що і є однією з засад реформи децентралізації влади. Основними завданнями реформи фінансування системи забезпечення населення культурними послугами визначено: створення моделей фінансування культурних послуг, які надаються державними і комунальними закладами культури; оновлення системи оплати праці працівників сфери культури; створення можливостей для розвитку соціокультурної інфраструктури на регіональному та місцевому рівнях; впровадження проєктного підходу для формування конкурентних ринків культурних послуг; впровадження механізму державно-приватного партнерства для реалізації інвестиційних проєктів у сфері культури; поширення застосування інших інструментів фінансування сфери культури. Моделі фінансування культурних послуг, які надаються державними і комунальними закладами культури, мають базуватися на державних гарантіях цінової доступності та враховувати рівень платоспроможності отримувачів культурних послуг. Зокрема, передбачається впровадження таких моделей надання культурних послуг: на безоплатній основі – вартість надання базового набору культурних послуг повністю відшкодовується коштом відповідного бюджету; на умовах співоплати – вартість послуг покривається коштом відповідного бюджету і частково – отримувачем культурної послуги; на умовах повної оплати – вартість послуги повністю оплачує отримувач культурної послуги. Виконання цього завдання передбачає, зокрема, розроблення: моделей фінансування закладів культури за диференційованим принципом; методики розрахунку собівартості послуг, що включені до базового набору культурних послуг, які надаються на безоплатній основі; системи верифікації надання культурних послуг.

Заслуговує на увагу обґрунтоване бажання влади реалізовувати комплексні заходи щодо усунення негативних явищ у суспільстві. До таких заходів, зокрема, належить прийняття законів України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування культурних цінностей», «Про внесення змін до статті 374 Митного кодексу України». Необхідність прийняття вказаних змін вбачається з такої статистичної інформації. Так, за інформацією, наданою Державною фіскальною службою України листом від 02.12.2019 р. №852/2-99-99-19-05-01-10, від сплати ПДВ за операціями із ввезення на митну територію України культурних цінностей перераховано:

Код товару згідно з УКТ ЗЕД	Назва товару згідно з УКТ ЗЕД	Сума сплаченого ПДВ, тис. грн				
		2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	10 міс. 2019 р.
9701 10 00 00	Картини, малюнки...	33	787	390	482	504
9701 90 00 00	Картини, малюнки...	21	531	91	2	1
9702 00 00 00	Оригінали гравюр...	6				
9703 00 00 00	Оригінали скульптур...	154	252	55	677	409
9704 00 00 00	Марки поштові...					28
9705 00 00 00	Предмети колекціонування із зоології, ботаніки...	637	279	317	682	982
9706 00 00 00	Предмети антикваріату віком понад 100 років					1
	<b>Усього</b>	<b>852</b>	<b>1849</b>	<b>853</b>	<b>1844</b>	<b>1926</b>

Джерело: <sup>558</sup>.

Отже, загальні надходження до Державного бюджету від сплати ПДВ становлять менше 2 млн грн у рік. Крім того, цим же листом ДФС України повідомлено інформацію щодо сум, на які надано звільнення від сплати ПДВ за операціями із ввезення на митну територію України культурних цінностей:

Код товару згідно з УКТ ЗЕД	Назва товару згідно з УКТ ЗЕД	Сума умовно нарахованого ПДВ, тис. грн				
		2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	10 міс. 2019 р.
9701 10 00 00	Картини, малюнки...	816	3599	1876	6417	2530
9701 90 00 00	Картини, малюнки...	687		284	802	126
9702 00 00 00	Оригінали гравюр...			16	205	81
9703 00 00 00	Оригінали скульптур...	46	40	366	389	796
9704 00 00 00	Марки поштові...					
9705 00 00 00	Предмети колекціонування із зоології, ботаніки...		252	200	579	320
9706 00 00 00	Предмети антикваріату віком понад 100 років	636	978	479	1076	753
	<b>Усього</b>	<b>2185</b>	<b>4829</b>	<b>3222</b>	<b>9468</b>	<b>4606</b>

Джерело: <sup>559</sup>.

<sup>558</sup> Пояснювальна записка до проекту закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування культурних цінностей». *Ліга Закон*. 2018. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/GI02766A?an=3&q=2018>

<sup>559</sup> Пояснювальна записка до проекту закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування культурних цінностей». *Ліга Закон*. 2018. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/GI02766A?an=3&q=2018>

Зазначені цифри свідчать про незначні обсяги перемішень культурних цінностей через митний кордон України.

Щодо перспектив розвитку, заслуговують на увагу прийняті Кабінетом Міністрів України у листопаді 2020 р. «Вектори економічного розвитку 2030»<sup>560</sup>, де включено такі розділи, як «Культурно-ціннісна трансформація» та «Креативні індустрії та індустрія гостинності». Розділ «Культурно-ціннісна трансформація» має таку структуру: (1) європейські цінності, права і свободи людини – продовження та посилення Європейської та Євроатлантичної інтеграція України; (2) економічна відповідальність – верховенство права; захищеність і пріоритетність приватної власності; нетерпимість до корупції; (3) економічна свобода – вільна і чесна конкуренція, рівний доступ для бізнесу, розвиток підприємництва, інновацій і талантів, безбар'єрний рух капіталу; (4) патріотизм та державна спроможність – прагматичність, суб'єктність у визначенні напрямів економічного розвитку, ефективна цифрова сервісна держава; національна безпека за рахунок партнерства та інвестицій. Розділ «Креативні індустрії та індустрія гостинності» передбачає такі напрями: (1) підвищення рівня соціальної активності та культурного розвитку громадян; (2) створення умов для підвищення прибутковості представників креативних індустрій; (3) розширення доступу підприємців креативних індустрій до інструментів фінансування; (4) створення сприятливих умов для реалізації талантів і потенціалу митців; (5) забезпечення виконання законів про захист авторських прав та інтелектуальної власності. *Кінцева мета* – створити конкурентоспроможну креативну економіку для збалансованого розвитку України; *стратегічні цілі* – збільшити частку креативних індустрій у доданій вартості країни з 3,86% до 5%; збільшити частку креативних товарів і послуг у експорті з 0,5% до 3%; збільшити чисельність зайнятих з 3,57% до 4,5% від загальної кількості працевлаштованих; підвищити позицію у Глобальному індексі інновацій у категорії Creative goods and services з 95 на 25 позицію; *пріоритетні кроки для досягнення цілей* – стимулювання створення інфраструктури креативних індустрій у регіонах для реалізації талантів і розвитку креативного бізнесу; державна підтримка проєктів у сфері креативних індустрій, які мають значний потенціал до капіталізації і створення високої доданої вартості; створення умов для чесної і

<sup>560</sup> Представлено Економічний аудит країни та вектори економічного розвитку до 2030 року. *Урядовий портал*. 06.11.2020. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/predstavleno-ekonomichnij-audit-krayini-ta-vektori-ekonomichnogo-rozvitku-do-2030-roku>



справедливої монетизації інтелектуальної власності представників креативних індустрій.

Як бачимо, якщо перший розділ передбачає підвищення ролі культури і мистецтва у забезпеченні духовно-естетичної якості суспільства і формуванні цінностей, то другий розділ (вектор) спрямований на розбудову креативної економіки, що потребує сучасної екосистеми.

Найважливіша характеристика сучасного мистецтва – воно є складовою естетичної та етичної парадигми, матеріалізує особливості часу в тих чи інших роботах, тому не залишається осторонь від злободенної проблематики. Художня творчість, самовираження, як і діяльність політиків, впливають на суспільство. «Політики роблять історію, залишаються в ній, як прагнуть залишитися в ній і художники, письменники ... Автори не тільки відображають світ для нащадків, а й сприяють формуванню сучасності, дають оцінку і пропонують своє бачення... Сучасне мистецтво прагне формувати моду, мода впливає на спосіб життя і на світогляд суспільства споживання. Автор, своєю чергою, може займатися художнім навішуванням ярликів, демонізувати одних і звеличувати інших, а частина аудиторії переймає його погляди, навіть не цікавячись політикою як такою. Оскільки сучасне мистецтво – це найчастіше протест, бунт автора, відповідь усталеним нормам, стереотипам, перевірка суспільної моралі, то і політична опозиційність йому також властива. Діячі сучасного мистецтва в різні періоди історії були співаками та художниками революцій, нехай дехто й розуміли згодом всю трагічність такого шляху»<sup>561</sup>.

Коли ми говоримо про свободу, ми маємо на увазі свободу вибору. Ми користуємось свободою, коли з двох або більше альтернатив вирішуємо вибрати одну, виключивши інші. Вільний вибір – це вибір зроблений. Вибір буває трьох типів:

1) *Вибір дії*: замучена спрагою посеред пустелі людина не вільна. Не тому, що не може вгамувати свою спрагу, а тому, що не має можливості вибору: пити чи не пити. 2) *Вибір оціночного судження*: добре чи погане, істинне або помилкове, красиве або потворне, абсолютне або відносне, обов'язкове або заборонене. Людина, що бачила лише одне зображення, не вільна у судженнях про те, красиве воно або потворне. Не вільна людина гнівається або відчуває страх, тому що втрачає поняття про будь-який інший стан і не може оцінити свій гнів або страх. 3) *Вибір авторитету*: в якого бога, яку людину, яку організацію слід

<sup>561</sup> Власкин А. А. Политические мотивы искусства. 10.11.2015. *Российский институт стратегических исследований*. URL: <https://riss.ru/analitics/22761/>

вірити, кому з них коритися, а кому ні. Тут справа така ж сама: де немає усвідомленості і можливості вибору, немає і свободи ... Одна з людських спроб задовольнити обидві ці бажання – це безпричинний злочинний акт, порушення закону заради задоволення його порушити, коли закон додає значимості, а його порушення – свободи. Ще одна така спроба – гра, коли гравець дотримується правил, тому що сам же їх встановив. У підсумку, будь-яка форма мистецтва, будь-яка чиста наука, будь-яка творчість – у якомусь сенсі гра. Питання «що є мистецтво» і питання «чому художник творить» – суттєво різні речі.

Мені здається, що в основі творчості, яким би воно не було, лежить бажання домогтися чогось абсолютно необхідного, бажання ж зробити щось важливе – другорядне. Мистецтво несе в собі дві цінності: по-перше, приносить задоволення, всього лише задовольняючи цікавість, і по-друге, додає свободи. Якби людина не володіла уявою, то була б неспроможна зробити вибір між двома можливими шляхами, не пройшовши їх обидва, або правильно розцінити одне зі своїх почуттів, перш ніж відчутти зворотний. Мистецтво не має і не може здійснювати впливу на вибір або судження людини, воно лише робить його більш усвідомленим. Тобто мистецтво ні в якому разі не є засобом перетворення поганої спільноти в хорошу, проте для закритого співтовариства – це один з тих засобів, щоб стати відкритим.

Завдати шкоди мистецтво може двома способами. По-перше, воно може не бути хорошим і тому дати не таке задоволення, яке слід було б. Якщо мистецтво пропонує неправдиву картину світу, лестить глядачеві, не кажучи про зло, або вводить його в розпач, заперечуючи можливість добра (що, як не дивно, також може приносити задоволення), то таке мистецтво заподіює йому біль. По-друге, і це серйозніше, тому що чим мистецтво краще, тим більше небезпека, що воно заборона глядача в солодкому паралічі самоспоглядання, так що, як Гамлет, він перестає вибирати. Нарцисизм – ось небезпека великого мистецтва. Нарцис закохується у власне відображення не тому, що воно красиве, а тому, що це його відображення, з усіма його нескінченними можливостями<sup>562</sup>.

Актуальне питання, що нерідко з'являється в експертному дискурсі – залежність художників від владних еліт. «Зруйнувати цей зв'язок означає відмовитися від ілюзії спокійного, нормального життя. І одночасно повернути собі традиційну, перевірену часом художню позицію. Адже

<sup>562</sup> Уистен Х. О. Размышления о свободе и искусстве. *Курьер ЮНЕСКО*. 2019. URL: <https://ru.unesco.org/courier/2019-1/razmyshleniya-o-svobode-i-iskusstve>

досвід попереднього етапу нашого мистецтва – нонконформізму 1970-1980 рр. – полягав в умінні відділяти себе від провладного світогляду. Влада вимагала причетності. Мистецтво працювало на створення безпечної для особи дистанції. Віддалення народжувалося не дисидентським повстанням проти влади, а виходом з режиму спілкування з нею. Для художників представники влади традиційно – не партнери для діалогу, не суб'єкти, а риторичні фігури репресивного дискурсу, який можна і потрібно досліджувати, описувати, висміювати, але ні за яких умов не асоціювати себе з ними<sup>563</sup>. Чи має мистецтво виражати соціально-політичну позицію? Художник має можливість за допомогою своїх робіт зробити певну заяву, і він має цю можливість використовувати. Головне при цьому: художник не має перетворитися на журналіста. Його робота не має бути думкою, коментарем або інформацією. Закладене в роботі висловлювання має бути передано через форму без додаткових письмових пояснень. Уряд, адміністративні органи, держава мають інвестувати в мистецтво, підтримувати проєкти, але не вводити цензуру, це абсолютно виключено.

*Цензура* завжди передбачає дві речі: наявність у творі потенційної аудиторії і нездатність її членів зробити відповідальний вибір. І тому допустима вона буває лише у двох випадках: коли аудиторія складається з неповнолітніх, які, як передбачається, ще неспроможні робити відповідальний вибір; і коли аудиторія складається з дорослих, які вибрали цензора і вільні від нього відвернутися, якщо перестануть вважати його авторитетом. Римсько-католицька церква, наприклад, забороняючи ті чи інші книги, чи не порушує свободу своїх прихожан, тому що ніхто не зобов'язував їх бути католиком, а рішення стати таким обов'язково має на увазі віру в авторитет Церкви і правильність її вказівок щодо того, що мають право читати віруючі. Жодна держава такого права не має, тому що членом політичного суспільства людина стає з народження, що є результатом випадковості, а не вибору<sup>564</sup>.

В Україні, де багато зусиль спрямовується на відродження традицій меценатства, тільки активно діє інститут підприємців і менеджерів сфери культури і мистецтва, зайнятих на сучасному етапі в основному

<sup>563</sup> Ерофеев А. Вероломное нападение. *АртГид*. 02.07.2020. URL: <https://artguide.com/posts/2034>

<sup>564</sup> Уистен Х. О. Размышления о свободе и искусстве. *Курьер ЮНЕСКО*. 2019. URL: <https://ru.unesco.org/courier/2019-1/razmyshleniya-o-svobode-i-iskusstve>

залученням фінансових коштів від так званих «донорів», тобто з позабюджетних джерел. У цьому контексті свою роль обов'язково мають зіграти некомерційні організації культури і мистецтва, які, на жаль, все ще обмежені в можливостях вести повноцінну підприємницьку діяльність і тим самим ефективно стимулювати художню творчість в умовах ринку. Водночас вони, поза сумнівом, здатні забезпечити всебічну підтримку творчої активності митців. Одним з найважливіших напрямів державної політики у галузі культури і мистецтва є створення стимулів для пошуку позабюджетних джерел доходів, розвиток змішаних форм фінансування. Роль державного регулювання полягає у формуванні системи багатоканального фінансування культурної діяльності, залучення коштів різних урядових і корпоративних фондів, приватних інвесторів. Ось деякі з найбільш популярних інструментів.

*Ендаумент-фонд* (англ. endowment) – найбільш прозорий інструмент доброчинності. За визначенням це – цільовий фонд, призначений для використання в некомерційних цілях. Найбільш популярні сфери застосування цільового капіталу таких фондів традиційно некомерційні: охорона здоров'я, соціальна підтримка, освіта, наука, охорона довкілля, культура, мистецтво тощо. Традиційний механізм роботи ендаумент-фонду: (1) ендаумент-фонди наповнюються завдяки благодійникам; (2) передає сформований капітал керуючій компанії в довічне управління. Компанія розпоряджається отриманим капіталом для нарощування доходу від капіталу – отриманих відсотків; (3) відсотки передаються ендаумент-фонду для цільового використання. Цілі визначаються Статутом Фонду, а пріоритетність і спрямованість фінансових вкладень координує Опікунська рада, керуючись першочерговістю завдань Фонду і результатами проведених конкурсів проєктів і тендерів. Серед переваг ендаументу: фонд розпоряджається отриманим капіталом не самостійно, а за допомогою професійної керуючої компанії; отримані пожертви не витрачаються одразу, а інвестуються в цінні папери та інші інструменти, що генерують додатковий дохід. Таким чином, фонд не може спорожніти – він може лише нарощувати свої обсяги завдяки накопиченню відсотків; на відміну від благодійної організації, фонд має недоторканий основний капітал: він має право використовувати тільки відсотки, отримані з основного капіталу; фонд зобов'язаний надавати прозору звітність про рух засобів, з якою може ознайомитися кожен благодійник; діяльність фонду розрахована на довгострокову

перспективу; дохід від управління фондом може використовуватися тільки на цілі, визначені під час створення фонду<sup>565</sup>.

Історія функціонування ендаментів має майже 500-річну історію. Як свідчать першоджерела, вперше аналог сучасних ендаментів з'явився в XVI ст. у Великобританії, коли М. Буфорт внесла пожертвування на створення кафедр богослов'я в університетах міст Оксфорд і Кембридж. У США у створенні ендаментів лідером став Гарвардський університет, коли в 1649 р. чотири випускники заповіли цьому вищому навчальному закладу ділянку землі. Сьогодні на цій території розташована університетська бібліотека. Найбільш відомий ендамент – Нобелівський – створений у кінці XIX ст. Відповідно до заповіту А. Нобеля, кошти, виручені від продажу його власності, мають бути вкладені в надійні цінні папери, а премії вченим мали вручатися за рахунок відсотків від прибутку. На момент смерті А. Нобеля його капітал оцінювався в сучасних цінах приблизно в 212 млн дол. США. Сьогодні активи Нобелівського фонду перевищують 500 млн дол. США. Цього цілком достатньо, щоб щорічно видавати кожному лауреату Нобелівської премії не менше 1 млн дол. США.

Основні відмінності ендаменту та благодійного фонду полягають у тому, що: основний капітал є недоторканим, а витрачанням підлягає лише інвестиційний дохід, що отримується в результаті інвестування коштів основного капіталу (інвестування зазвичай проводиться керуючими компаніями на підставі договору довірчого управління); фонд засновується безстроково; благодійники мають право визначати напрям витрачання отриманого доходу. Своєю чергою, основними недоліками формування ендамент-фондів у галузі культури і мистецтва є: значні фінансові, організаційні та часові витрати на формування капіталу та управління ним; позитивний ефект від формування ендамент-фондів проявляється не відразу; необхідність залучення висококваліфікованих фахівців з різних сфер діяльності (інвестування, оподаткування); необхідність ведення окремого бухгалтерського обліку; необхідність внутрішніх організаційних перетворень у структурі управління закладом культури і мистецтва; організаційні та фінансові витрати на встановлення і розвиток комунікацій з донорами; інвестиційні та фінансові ризики, пов'язані із знеціненням акцій, втратою ринкової вартості активів; конфлікт між разовим і довгостроковим фінансуванням

<sup>565</sup> Що таке «ендамент». Фонд розвитку Інституту міжнародних відносин. 2020. URL: <http://iirfund.org/about/endowment/>

установи культури; скорочення прямих пожертвувань. Крім того, для багатьох донорів пожертвування в ендаумент-фонд є більш привабливими, оскільки вони можуть бути разовими, але приносити регулярний дохід установі культури протягом багатьох років. Донори можуть також відстежувати доходи від своїх пожертв і визначати напрями їх використання в закладі культури<sup>566</sup>.

---

*Фонд Віктора Пінчука* – це незалежна приватна міжнародна благодійна організація в Україні. Був створений 2006 р. бізнесменом і філантропом Віктором Пінчуком задля надання можливості новим поколінням змінити країну та світ. Для її реалізації Фонд розробляє проєкти та розбудовує партнерства як в Україні, так і поза її межами. З 2006 р. у трансформацію України Фондом було інвестовано понад 125 млн дол. США. Серед проєктів Фонду Віктора Пінчука: всеукраїнська мережа центрів допомоги новонародженим «Колиски надії»; найбільша в Україні приватна стипендіальна програма «Завтра.UA»; стипендіальна програма із навчання закордоном для українських студентів «Всесвітні студії»; PinchukArtCentre – найдинамічніший артцентр в Україні та східноєвропейському регіоні, що надає вільний доступ до сучасного мистецтва, аби надихати молоде покоління мислити по-новому. Фонд підтримує міжнародну мережу YES (Ялтинська європейська стратегія) – провідний форум, де обговорюється європейське майбутнє України та світу. Фонд підтримує краудфандингову платформу «Українська біржа благодійності», покликану сприяти розвитку благодійності в українському суспільстві. Він є членом Європейського центру фондів і Українського форуму грантодавців. Фонд співпрацює з Атлантичною радою, Інститутом Брукінгса, Інститутом глобальних змін Тоні Блера, Радою з міжнародних відносин, Фондом Amicus Europae та іншими неурядовими організаціями.

---

Благодійність є важливою складовою частиною громадянського суспільства та вагомим сегментом соціального життя кожної країни, а тому благодійні організації потребують чіткого правового регулювання та відчутної підтримки з боку держави. Процедура державної реєстрації благодійних організацій і загальні засади їх діяльності в Україні визначено Законом України «Про благодійну діяльність

---

<sup>566</sup> Перспективи та доцільність використання ендаумент-фондів в галузі культури і мистецтва. *Перші наукові читання пам'яті С. І. Юрія* (м. Тернопіль, 26.11.2015 р.): матеріали конференції. 2015. С. 106-109. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/12992/1/Крупка.pdf>

та благодійні організації» від 05.07.2012 р. №5073-VI (далі – Закон №5073) та Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003 р. №755-IV (далі – Закон №755). Законодавством встановлено такі види благодійних організацій (ст. 13 Закону №5073) благодійне товариство; благодійна установа; благодійний фонд. Важливим допоміжним механізмом, спрямованим на виправлення недоліків соціальної політики держави, є благодійна діяльність. З огляду на викладене, на сучасному етапі особливої актуальності набувають питання нормативно-правового регулювання цієї галузі: правова база країни має бути ефективним регулятором таких правовідносин. Так, у Національній стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 рр., затвердженій Указом Президента України від 26 лютого 2016 р. №68/2016, вказано на недостатній рівень гармонізації законодавства України із законодавством Європейського Союзу та особливо наголошено на недосконалості чинного законодавства, що спричиняє створення штучних бар'єрів для реалізації громадських ініціатив.

Основним законодавчим актом, яким регламентуються засади благодійної діяльності в Україні, є Закон України №5073. Попри окремі його недоліки, не можна оминати увагою низку його позитивних рис: розмежування понять «благодійний фонд» і «громадська організація»; розширення сфери благодійної діяльності; закріплення права благодійника здійснювати контроль за цільовим використанням благодійної пожертви; розширення переліку видів благодійної діяльності; введення в обіг нових термінів (благодійний грант, благодійний сервітут, благодійний ендаумент). Так, важливим кроком стало розмежування зазначеним Законом відмінностей між такими поняттями, як «благодійний фонд» і «громадська організація». Це призвело до впорядкування діяльності зазначених видів благодійництва, адже до такого відокремлення значна кількість так званих «благодійних фондів» у своїй діяльності виконувала функції громадських організацій. Введення в обіг нових термінів, зокрема, таких як «благодійний сервітут», «благодійний ендаумент», «благодійний грант», є кроком вперед, оскільки дає змогу їх використовувати на нормативному рівні. Екстериторіальність суттєво полегшить роботу благодійних організацій, оскільки вони отримали право незалежно від місця реєстрації обирати територію діяльності. Це дасть можливість оперативніше реагувати на стихійні лиха, які відбуваються



на території всієї держави, та здійснювати максимум дій, спрямованих на ліквідацію негативних наслідків.

Меценатство вимагає внесення окремих змін до Закону №5073. Так, стаття 10 звужує поняття «меценатство», порівняно з його трактуванням у статті 1 цього ж Закону. Згідно зі статтею 10 Закону №5073, меценатською діяльністю визнається підготовка чи підтримка благодійних заходів, пов'язаних зі створенням, відтворенням чи використанням у встановленому законодавством порядку творів та інших об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема благодійних гастрольних заходів, за умови забезпечення вільного доступу до таких заходів. Тобто статтею 10 Закону №5073 меценатська діяльність обмежується «благодійними заходами» та необхідністю «забезпечення вільного доступу до таких заходів». Таке звуження видається недоречним, оскільки меценатство також може мати й інші вияви. З огляду на викладене, пропонується внести зміни до ч. 1 ст. 10 Закону №5073 та викласти її в новій редакції: «меценатство – форма благодійництва, що здійснюється добровільно, безкорисливо та усвідомлено фізичними та юридичними особами приватного права, що виражається через особисту та/або майнову допомогу, ґрунтується на принципах гуманності, законності, рівності та здійснюється у сферах освіти, мистецтва і культури, науки та наукових досліджень, охорони культурної спадщини тощо». Доцільним також вбачається нормативно закріпити поняття «меценат» і «меценатська організація» та визначити, що «меценат – фізична особа, яка добровільно, усвідомлено та безкорисливо надає особисту та/або майнову допомогу у сфері освіти, культури, мистецтва, охорони культурної спадщини, науки та наукових досліджень на користь меценатської організації або інших отримувачів благодійної допомоги». Доцільно запровадити також термін «меценатська організація» – це «юридична особа приватного права, якою здійснюється благодійність у формі меценатства як головна мета своєї діяльності у сфері освіти, культури, мистецтва, охорони культурної спадщини, науки та наукових досліджень». Для усунення зловживань з боку органів державної влади та органів місцевого самоврядування вбачається за необхідне прямо закріпити таке твердження: «не можуть бути набувачами меценатської допомоги органи державної влади, органи місцевого самоврядування та політичні партії»<sup>567</sup>.

---

<sup>567</sup> Асадчев Ю. Проблеми аспекти діяльності благодійних організацій в Україні та шляхи їх вирішення. *Юрист&закон*. 2017, червень. №23. URL: [https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/EA010473](https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA010473)

На сьогодні благодійна діяльність в Україні перебуває на хвилі піднесення: у державі діє величезна кількість благодійних фондів, а в їх діяльності беруть участь багато громадян. Залучена ними допомога значною мірою сприяє вирішенню проблем, які виникли в державі, а добросовісні благодійні фонди користуються високим рівнем довіри. Саме завдяки активності благодійних організацій значно підвищився рівень підтримки Збройних Сил України, було вирішено низку проблем переміщених осіб, залучено і надано благодійну допомогу соціально незахищеним верствам населення тощо. Однак це призвело і до поширення зловживань у цій сфері з боку недобросовісних осіб: із зростанням кількості громадян, готових жертвувати власні кошти на благодійні потреби, активізувались також і шахрайські структури, які під виглядом благодійної діяльності проводять публічні збори пожертв. Багато в чому така шахрайська діяльність в Україні стала можливою у зв'язку з відсутністю реальних способів контролю та звітності під час здійсненні благодійної діяльності<sup>568</sup>.

*Фандрайзинг* (фендрайзинг, фандрайзинг, fundraising) – процес залучення зовнішніх, сторонніх для компанії ресурсів, необхідних для реалізації будь-якого завдання, виконання проєкту або з метою діяльності загалом. Поняття фандрайзингу вийшло з США, де він вживається в секторі недержавних некомерційних організацій та бізнесу. Термін фандрайзинг походить від англійських слів (fund – кошти, фінансування, raise – знаходження, збір). Фандрайзинг як багатоканальний механізм фінансування передбачає використання найрізноманітніших джерел і способів залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних та інших) для реалізації соціально-культурних проєктів (проєктний фандрайзинг) або забезпечення поточної діяльності організацій культури (оперативний фандрайзинг). Основними особливостями фандрайзингу у сфері культури є: комплексність заходів, які здійснюються; спрямованість на пошук додаткових фінансових і матеріальних джерел; некомерційна сутність проєктів, що реалізуються завдяки результатам фандрайзингової діяльності тощо. Отже, фандрайзинг спрямований на підтримку соціально важливих проєктів і програм у некомерційній (non profit) сфері, коли учасники реалізації таких проєктів отримують не прибуток, а певні соціально-економічні, політичні, комунікативні

<sup>568</sup> Асадчев Ю. Проблемні аспекти діяльності благодійних організацій в Україні та шляхи їх вирішення. *Юрист&закон*. 2017, червень. №23. URL: [https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/EA010473](https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA010473)

та інші переваги. Наприклад, реалізація соціальних, політичних, конфесійних ініціатив; додаткові можливості реклами; формування і просування позитивного іміджу та репутації, популяризація імені; розширення контактів і зв'язків; налагодження комунікативної взаємодії із суспільством, органами влади та ін.

Упровадження механізмів фандрайзингу надало можливість урядам країн (Франція, Австрія, Німеччина), які до цього орієнтувалися на 100% державну підтримку культури, скоротити бюджетні видатки на культуру та адаптувати організації культури до роботи в ринкових умовах. Унаслідок проведення фандрайзингових реформ в Австрії сформувалися усталені практики співпраці організацій культури з бізнесом. Зокрема, 73% австрійських організацій культури розробляють власні культурні проекти з урахуванням комерційних інтересів партнерів-донорів Як механізм фінансування культури, фандрайзинг передбачає розвиток зв'язків організацій культури та бізнесу, вироблення різних форм і можливостей їх взаємовигідної співпраці, а також формування громадської думки на користь підтримки культури<sup>569</sup>. Європейські країни протягом останніх десятиліть приділяють значну увагу налагодженню партнерської співпраці держави з недержавним сектором для втілення ефективної культурної політики. Своєю чергою, комерційні та громадські організації, залежно від специфіки соціально-економічного стану країни на тому чи іншому етапі її розвитку, виробили різні моделі взаємодії з урядом, і стали важливим партнером у реалізації культурної політики суспільства.

Так, Стратегія фандрайзингу Українського культурного фонду (УКФ)<sup>570</sup> передбачає визначення основних напрямів, можливостей, завдань, джерел та очікуваних результатів фінансування та вибір можливих механізмів, інструментів, встановлення порядку дій для ефективного функціонування цього напрямку діяльності УКФ. Організація фандрайзингу передбачає мінімум, але не виключно: формування громадської думки на репутаційну підтримку УКФ; обґрунтування потреби в коштах і узгодження з інтересами потенційних фінансових донорів; вибір зручного інструменту фандрайзингу, який відповідає потребам і можливостям Фонду; пошук потенційних джерел фінансування, визначених Законом для УКФ; формування, підтримку і

<sup>569</sup> Тропіна В. Б. Реформування системи фінансової підтримки сфери культури в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 3 (7). С. 217-223.

<sup>570</sup> Стратегія фандрайзингу Українського культурного фонду. *Український культурний фонд*. 2019. URL: <https://ucf.in.ua/storage/docs/28122019/Стратегія%20фандрайзингу%20УКФ%202019-2021.pdf>

розвиток зв'язків з фінансовими донорами. Головними інструментами реалізації Стратегії є інституційні та партнерські програми, через які відбувається залучення інвестицій в український культурний простір: (1) «клуби бізнес-янголів» – інституційна програма УКФ, яка сприяє залученню в український культурний простір спонсорів, меценатів, інвесторів, бізнес-янголів і формуванню привабливого для зовнішніх інвестицій культурного продукту. УКФ працюватиме над створенням платформи для прозорої та стабільної комунікації між державними установами, представниками бізнес-середовища та громадянським суспільством; (2) «культурна добродійність» – партнерська програма, націлена на залучення благодійників і меценатів для популяризації добродійності у сфері культури, підтримки культурного продукту, підвищення інвестиційної привабливості культурного середовища на регіональному, національному та міжнародному рівнях; (3) Creative accelerator – партнерська програма, яка дає можливість творцям культурних проєктів розвинути свої креативні ідеї, створити інвестиційно привабливий проєкт і залучити інвестора; (4) Створення нових програм і використання інших методів та інструментів, які сприяють залученню інвестицій в український культурний простір.

Серед очікуваних результатів реалізації Стратегії передбачається підвищення інституційної та фінансової спроможності УКФ у результаті досягнення якої, фонд має відігравати провідну роль у залученні інвестицій у культуру. Залучення позабюджетних альтернативних джерел фінансування дасть можливість сприяти реалізації державної політики у сфері культури та мистецтв, розвитку сучасних напрямів культурної та мистецької діяльності, виробленню конкурентоспроможного культурного продукту, формуванню стійкого попиту на український культурний продукт серед широкого кола споживачів, що є основним завданням Українського культурного фонду. Створення партнерства між державними установами, бізнес-середовищем і громадянським суспільством дасть можливість розбудувати та зміцнити екосистему культури та креативності в Україні. Таким чином, успішне впровадження стратегії фандрайзингу сприятиме забезпеченню стабільної підтримки культурних ініціатив, їхній подальший розвиток.

---

**Український культурний фонд (УКФ)** – державна установа, створена у 2017 р. на підставі відповідного Закону України, задля сприяння розвитку національної культури та мистецтва в державі,

забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості і суспільства, широкого доступу громадян до національного культурного надбання, підтримки культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір. Основними завданнями Українського культурного фонду є: сприяння реалізації державної політики у сферах культури та мистецтв, розвитку сучасних напрямів культурної і мистецької діяльності, виробленню конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного (національного) культурного продукту; Підтримка мистецьких дебютів, стимулювання творчої праці діячів культури і мистецтва, зокрема молодих митців; популяризація української культури та мистецтв, формування позитивного іміджу України у світі; задоволення культурних потреб громадян України, які проживають за кордоном; експертний відбір, фінансування та моніторинг виконання проєктів, реалізація яких забезпечується за підтримки Українського культурного фонду; сприяння збереженню, актуалізації і популяризації національного культурного надбання; підтримка культурних та інформаційних програм міжнародного співробітництва; підтримка культурних проєктів української діаспори.

---

УКФ – державний інвестор культури та креативних індустрій. Так, у 2019 р. він реалізував понад 430 культурних проєктів у межах семи програм: «Знакові події української культури» – 56 проєктів, «Навчання, обмін, резиденції, дебюти» – 69, «Створюємо інноваційний культурний продукт» – 103, «Український культурний монітор» – 7, «Інклюзивне мистецтво» – 39, «Підсилення потужності аудіовізуального сектору» – 146, «Мережі і аудиторії» – 13. Загальний бюджет, спрямований на реалізацію цих проєктів, склав майже 510 млн грн. Це дало можливість здійснити предпродакшн і продакшн 126 фільмів і серіалів, реалізувати 48 освітніх програм, створити 27 виставок і 29 театральних вистав, провести 56 фестивалів і 9 конференцій, віддрукувати 48 видань і реалізувати багато інших проєктів. Усього за 2 роки ефективної роботи за грантової підтримки фонду реалізовано понад 700 проєктів<sup>571</sup>.

На 2020 р., крім 7 програм, планувалося підтримувати ще 3 програми. Ось деякі характеристики. Програма «Аудіовізуальне мистецтво»

---

<sup>571</sup> Український культурний фонд: старт конкурсних програм на 2020 рік. Укрінформ. 01.11.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2808007-ukrainskij-kulturnij-fond-start-konkursnih-program-na-2020-rik.html>

– спрямована на підтримку та розвиток новітніх мультимедійних технологій, українського телебачення та радіомовлення, а також стимулювання митців до створення конкурентоспроможного продукту та популяризації українського аудіовізуального сектору за кордоном. У 2020 р. на програму було подано 432 проєктні заявки на загальну суму 825,96 млн грн. 377 проєктних заявок подолали технічний відбір і були передані на оцінювання експертам. Реєстри усіх етапів конкурсного відбору за програмою опубліковано на сайті УКФ. «Інклюзивне мистецтво» – 154 подані заявки, 75 млн грн – запитувана сума. Програма розроблена у співпраці з Британською Радою в Україні в межах мистецької програми Unlimited: Making the Right Moves. У фокусі програми – розвиток потенціалу митців з інвалідністю, залучення аудиторій з інвалідністю до культурно-мистецького життя та промоція інклюзивного мистецтва. У I кварталі 2020 р. у межах реалізації програми спільно з Британською Радою в Україні розроблено концепцію культурної конференції, присвяченої інклюзивному мистецтву та культурі. Попередньо проведення конференції було заплановане на кінець 2020 р. 143 проєктні заявки подолали технічний відбір і були передані на оцінювання експертам. «Стипендії» – програма покликана підтримати митців і культурних операторів України, студентів культурно-мистецьких і креативних спеціальностей у розрізі фінансування поїздок задля навчання, стажування, участі у резиденціях, виставкових проєктах, конференціях, форумах, проведення досліджень за кордоном і в межах України. Програма прагне стимулювати мережування, включаючи обмін досвідом, знаннями та навичками, які можна забезпечити за допомогою грошової підтримки стипендіатів<sup>572</sup>.

Сектор візуального мистецтва як у 2018 р., так і у 2019 р., посів шосте місце у рейтингу і за кількістю реалізованих проєктів, і за розміром суми отриманих грантів. У 2019 р. було підтримано 30 проєктів на загальну суму 23,72 млн грн, що становить близько 7% від загальної кількості реалізованих проєктів та 5% від загальної суми всіх профінансованих проєктів. У 2018 р. було підтримано 20 проєктів на суму 7,31 млн грн, проте частка візуального сектору у загальній кількості проєктів і загальній сумі грантів залишилася незмінною – відповідно близько 7% та 5%. Можна припустити, що

<sup>572</sup> Український культурний фонд. ЗВІТ за перший квартал 2020. Український культурний фонд. 2020. URL: <https://ucf.in.ua/storage/docs/30042020/Звіт%20за%201%20квартал%202020.pdf>

однією з причин невеликої кількості проєктів у секторі візуального мистецтва як у 2018 р., так і у 2019 р. стала конкурсна умова подачі заявки від юридичної особи чи фізичної-особи підприємця. І, відповідно, представники сектору (часто вільні митці) проявили технічну неготовність брати участь у подібних конкурсах. Також деякі «візуальні» проєкти обрали інший сектор, зокрема, проєкт 2018 р. «Відкрита колекція у Відкритому музеї: виставка робіт із зібрання Національного художнього музею України в Одеському художньому музеї» або проєкт 2019 р. «Підготовка виставкового проєкту «Подолання гравітації» було реалізовано в секторі «Культурна спадщина». Безумовним лідером за кількістю реалізованих проєктів став Київ: 5/13 проєктів у 2018/2019 рр. відповідно. На другій позиції опинився Харків: 3/4 проєкти у 2018/2019 рр., Харків є одним з центрів візуальної культури України, а проєкти-переможці з цього міста є репрезентативними як для самого міста, так і для сектору. Саме Харків було обрано другим містом, яке мало приймати Другу національну Бієнале молодого сучасного мистецтва. У 2018 р. УКФ підтримав проєкт концептуалізації Бієнале, у межах якого було реалізовано освітню програму, а у 2019 р., власне, її проведення. Загалом найбільше проєктів було реалізовано в містах-обласних центрах: 15/23 у 2018/2019 рр. На відміну від попереднього, у 2019 р. серед типів населених пунктів, які реалізували проєкти, з'явилися села/селища/селища міського типу (4 проєкти). У межах проєктів були створені резиденція, хаб, освітні програми, що свідчить про ріст регіональної спроможності. Серед проєктів сектору найпопулярніший продукт – виставки, адже такий формат характерний саме для сектору візуального мистецтва. Куратори таких виставкових проєктів, як «Олег Голосій. Живопис non-stop», «Ангели», «Шлях Енея. Художники сьогодення сам на сам з минулим» по-різному розкрили задум художника. Виставка «Олег Голосій. Живопис non-stop» продовжила серію виставкових проєктів Мистецького Арсеналу «Олександр Гнилицький. Реальність ілюзії» та «Кирил Проценко. Палкий». Це виставки-дослідження з візуальним компонентом, які нині формують в Україні особливу виставково-дослідницьку тенденцію в секторі візуального мистецтва. Також більшої популярності набувають резиденції сектору візуального мистецтва, чому сприяло відкриття програми «Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти» (Н.О.Р.Д). Серед 20 резиденцій, підтриманих програмою у 2019 р., п'ять – для представників візуальних мистецтв. До слова, саме у програмі «Н.О.Р.Д.» грантоотримувачі сектору реалізували третину



проектів, підтриманих у 2019 р. За два роки вдалося підтримати 50 проектів, у межах яких були створені виставки, резиденції, освітні програми, фестивалі, видання, онлайн-ресурси, а також конкурси локального, національного чи міжнародного значення<sup>573</sup>.

Як бачимо з наведеної інформації, Культурний фонд як розпорядник бюджетних коштів проводить вагому роботу у напрямі підтримки і забезпечення реалізації мистецьких проектів.

*Клуб Друзів Мистецького Арсеналу є втіленням світової традиції та першим в Україні досвідом клубної підтримки музею – це: товариство однодумців, які прагнуть підтримати один з наймасштабніших гуманітарних проектів України; «громадська рада» проектів, спрямованих на розвиток мистецтва в Україні; меценатська підтримка суспільно-важливих подій. Клуб Друзів Мистецького Арсеналу, який об'єднує благодійну діяльність українських і міжнародних організацій, фондів і приватних осіб, які прагнуть бути причетними до створення наймасштабнішої культурної інституції країни. Участь у Клубі Друзів Мистецького Арсеналу надає можливість: ефективно спрямовувати благодійну допомогу на розбудову власного позитивного іміджу; бути причетним до реалізації одного з найперспективніших проектів у сфері культури України; сприяти розвитку українського суспільства через підтримку мистецтва; сприяти поширенню благодійності та меценатства в Україні.*

В умовах упровадження цифрових технологій одним з найбільш поширених методів є онлайн-фандрайзинг та його так званий «peer-to-peer», який можливо перекласти українською як «рівноправний фандрайзинг», що передбачає залучення волонтерів для проведення фандрайзингової кампанії і дозволяє проводити фандрайзинг не «зверху» (виключно персоналом організації), а долучати до цього процесу велику кількість людей, які фактично стають агентами змін. Так, на сьогодні в Україні функціонує понад 10 українських і міжнародних фандрайзингових платформ для збору коштів широкого спектру ініціатив. Найбільш популярними серед них є: Українська біржа благодійності; GoFundEd (збір коштів для освітніх проектів); Na-Starte (збір коштів для проектів); Indiegogo (інновації, технології, дизайн); GlobalGiving (фінансування некомерційних організацій); Kickstarter (мистецтво, кіно, ігри, журналістика); FirstGiving (збір

<sup>573</sup> Річний звіт УКФ за 2019 рік. *Український культурний фонд*. 2019. URL: <https://ucf.in.ua/storage/docs/14022020/Звіт%20УКФ%202019.pdf>

коштів для шкіл, некомерційних організацій); Crowdrise (збір коштів для некомерційних організацій); Causes (збір коштів для вирішення соціальних, політичних, культурних питань).

Слід зазначити, що інструменти фандрайзингу не є універсальними для різних категорій донорів, а доцільність застосування кожного інструменту залежить від конкретної ситуації та умов. Зокрема, під час вибору того чи іншого інструменту у сфері мистецтва необхідно врахувати: тривалість проєкту; час надходження коштів до організації; ефективність інструменту для збору необхідної суми коштів; вартість організаційного етапу фандрайзингової діяльності; вплив інструменту на імідж і репутацію організації в місцевому співтоваристві; оцінку наявних джерел фінансування. Практика показує, що ефективність здійснення фандрайзингу залежить від уміння розробляти проєкти, програми, налагоджувати контакти з потенційними партнерами, організаціями і фондами, які можуть профінансувати такі проєкти. Сьогодні у сфері артринку попитом користується фандрайзинг-менеджер – фахівець для галерей, який володіє навичками організації грантової діяльності.

## **9.2. Інтелектуальна власність у мистецтві**

Поява виняткових авторських і подібних їм прав (право на винахід, промисловий зразок, раціоналізаторську пропозицію і т.ін.) обумовлена реакцією права на масове застосування економічних відносин у духовній сфері, що дозволяє ставити знак рівності між виключним правом і правом власності, а розділ VI Закону України «Про власність» так і називається «Право інтелектуальної власності». Відповідно зі ст. 41 Закону України «Про власність», об'єктами права інтелектуальної власності є твори науки, літератури і мистецтва, відкриття, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, раціоналізаторські пропозиції, знаки для товарів і послуг, результати науково-дослідних робіт і інші результати інтелектуальної праці.

Інтелектуальна власність має істотну специфіку, що полягає в нематеріальній природі об'єктів права інтелектуальної власності, творчому характері праці з їх створення, тобто це інститут власності на нематеріальні блага його суб'єктів. Зокрема, відчужуючи, наприклад, об'єкт своєї інтелектуальної власності, його творець не позбавляється тим самим усяких прав на нього, а набувач не одержує можливості на свій розсуд змінювати цей об'єкт і взагалі вважати його винятково

своїм. Специфіка така, що у власність інших осіб переходять, як правило, не об'єкти права інтелектуальної власності, а матеріальні носії науково-технічних ідей і художніх образів (конкретні картини, видання, технічна документація).

Залежно від особливостей об'єктів права інтелектуальної власності можна виділити чотири її різновиди: авторське право і суміжні права; право на відкриття; промислова власність (право на винахід, корисну модель, промисловий зразок, що називають також патентним правом); інші результати творчої діяльності, використовувані у виробництві (право на товарний знак, знак обслуговування, на раціоналізаторську пропозицію, фірмове найменування, охорону селекційних досягнень, топологій інтегральних схем, інтересів володаря «ноу-хау»). Так, цивільно-правовий інститут авторського права і суміжних прав регулює немайнові відносини і пов'язані з ними майнові відносини у сфері створення і використання творів літератури, науки і мистецтва. Нормативно-правове регулювання зазначеного інституту поряд з законодавством про власність здійснюється безпосередньо Законом України «Про авторське право і суміжні права», у ст. 1 якого зазначається, що цей Закон охороняє особисті (немайнові) і майнові права авторів і їхніх правонаступників, пов'язані зі створенням і використанням творів науки, літератури і мистецтва (авторське право), і права виконавців, виробників фонограм, організацій передач (суміжні права). Відповідно до ст. 5 Закону «Про авторське право і суміжні права», об'єктами його охорони є такі твори у сфері науки, літератури і мистецтва: літературні, письмові твори белетристичного, наукового, технічного або практичного характеру (книги, брошури, статті, комп'ютерні програми тощо); виступи, лекції, промови, проповіді й інші усні твори; музичні твори з текстом і без тексту; драматичні, музично-драматичні твори, пантоміми, хореографічні й інші твори, створені для сценічного показу; аудіовізуальні твори; скульптури, картини, малюнки, гравюри, літографії й інші твори образотворчого мистецтва; твори архітектури; фотографії; твори прикладного мистецтва, якщо вони не охороняються спеціальним законом про промислову власність; ілюстрації, карти, плани, ескізи, пластичні твори, що стосуються географії, геології, топографії, архітектури й інших сфер науки; сценічні опрацювання творів, зазначених у підпунктах 1 цієї статті, і опрацювання фольклору, придатні для сценічного показу; переклади, адаптації, аранжування, інші переробки творів і опрацювання фольклору (похідні твори) без заподіяння збитку охороні оригінальних

творів, на підставі яких створені похідні твори; збірники творів, збірники опрацювань фольклору, енциклопедії й антології, збірники звичайних даних, інші складові твору, за умови, що вони є результатом творчої роботи з добору, координації або упорядкування змісту без заподіяння збитку охороні вхідних у них творів<sup>574</sup>.

Твори мистецтва, як об'єкт авторського права, охороняються законом, його статус і права творця регулюються відповідними положеннями Цивільного Кодексу (ЦК) України. Але на практиці, художникам, музикантам, архітекторам та ін. творцям, доводиться в суді доводити своє авторство, щоб припинити неправомірне використання свого твору. Тому вкрай корисним будуть правові рекомендації А. Ніколаєнка<sup>575</sup>, який системно з юридичної точки зору розкриває особливості авторського права у сфері мистецтва.

Ретроспектива показує, що у 1810 р. в Англії був прийнятий Статут королеви Анни, що вважається першим повноцінним законом про авторське право, який тоді охоплював лише три об'єкти авторських прав: книги, карти і креслення. Закон забезпечував правову охорону об'єктів авторського права на 14 років: на цей термін автору надавалась монополія, яку він потім міг продовжити. У 1886 р. була прийнята Бернська конвенція з охорони літературних і художніх творів (на сьогодні до цієї конвенції приєдналися 175 країн, зокрема Україна). Серед важливих принципів Конвенції – принцип національного режиму – полягав у тому, що кожна країна – учасник конвенції надає громадянам інших країн-учасниць щонайменше ті ж авторські права, які вона надає своїм громадянам. Також Конвенція вводила мінімальний термін дії авторських прав – період життя автора і 50 років після його смерті. В Україні цей термін, за загальним правилом, становить 70 років.

Авторське право в законодавстві України регулюють Цивільний кодекс України та Закон «Про авторське право і суміжні права», де докладно вписані всі права, обов'язки та інші привілеї, що впливають з авторського права. Зокрема, об'єкти авторського права – це три самостійні напрями: наука, література і мистецтво (куди, зокрема, входять образотворче мистецтво, архітектура, фотографія, прикладне мистецтво, аудіовізуальні твори тощо). Законодавець свідомо цей список

<sup>574</sup> Поняття і види права інтелектуальної власності. Авторське право і суміжні права. *Osvita.ua*. 2019. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/law/9853>

<sup>575</sup> Ніколаєнко А. 11 головних питань про авторське право у сфері мистецтва. Що повинні знати про свої права та обов'язки українські художники і колекціонери. *Mind.ua*. 19.12.2017. URL: <https://mind.ua/openmind/20179534-11-golovnih-pitan-pro-avtorske-pravo-u-sferi-mistectva>

не обмежив, адже в процесі еволюції з'являються все нові об'єкти авторського права. Наприклад, комп'ютерні програми, які сьогодні охороняються нарівні з літературними творами, а лише кілька десятиліть тому ніхто не міг би їх увияти серед об'єктів авторського права.

Об'єктом авторського права є будь-яка картина, незалежно від рівня виконання, виду, жанру або призначення, створена в результаті творчої роботи людини (дитини, дорослого, громадянина України або нерезидента) і виражена в матеріальній формі. Тобто існують деякі вимоги, зокрема має бути творча робота людини, виражена в матеріальній формі. Слід зазначити, що правова охорона поширюється тільки на форму вираження твору і не поширюється на будь-які ідеї, теорії, принципи, методи, процедури, процеси, системи, способи, концепції, відкриття тощо, навіть якщо вони містяться (описані, проілюстровані) у самому творі.

Презумпція авторства полягає в тому, що авторське право на твір виникає внаслідок факту його створення – реєстрації або інших формальностей не потрібно. Автором твору вважається особа, зазначена на творі, якщо інше не буде доведено (як правило, у судовому порядку). Водночас у різних ситуаціях, зазвичай спірних, виникає необхідність підтвердити авторство на твір. Для цих цілей існує кілька інструментів: (1) публікація твору (наприклад, картини, фотографії) з ім'ям автора в друкованих та інтернет-виданнях. Має бути зрозуміло, коли це було зроблено, де і ким: відправлення самому собі поштою (або, що менш бажано, електронною поштою) вашого твору. Штемпель з датою на конверті слугуватиме доказом того, що твір містився у конверті на день відправлення конверта.

Реєстрація авторського права – це виключно добровільна процедура, яка проводиться Міністерством економічного розвитку і торгівлі України. Важливо розуміти, що під час реєстрації авторського права ніякої експертизи по суті не проводиться. Фактично це сервіс свідка в особі держави, який фіксує отримання заяви про реєстрацію вашого об'єкта авторського права на певну дату. Однак у спірній ситуації або, наприклад, у разі необхідності передавання права або оформлення спадщини, авторське свідоцтво може виконати функцію фіксації та підтвердження авторства. Але все ж це швидше «іміджевий», ніж охоронний документ у юридичному розумінні. Не варто переоцінювати знак «©» – це швидше інструмент попередження, що не несе ніякої суттєвої юридичної функції.

Первинний суб'єкт авторського права – це завжди автор або співавтор. Також до суб'єктів належать спадкоємці, фізичні/юридичні особи, яким автор (його спадкоємці) передали свої права. Українське законодавство вказує, що автором може бути виключно фізична особа. В інших країнах, наприклад у США, можуть бути і юридичні. За загальним правилом, термін дії майнових авторських прав в Україні – усе життя автора і 70 років після його смерті (у разі співавторства – після смерті останнього співавтора). Існують майнові та особисті немайнові авторські права. Право власності на твір і авторське право – це різні права. Наприклад, якщо ви придбали картину, то разом з нею ви не отримали право на її розміщення в Інтернеті, якщо тільки при її купівлі не уклали окремих договір з автором про передавання відповідних майнових прав на неї. Майнові права – це: право на використання твору; виняткове право дозволяти використання твору; право перешкоджати неправомірному використанню твору, зокрема, забороняти таке використання.

Власник майнових прав на картину має, серед іншого, право: 1) відтворювати її будь-яким способом і в будь-якій формі; 2) публічно її демонструвати, зокрема і на телебаченні; 3) публікувати її як у пресі, так і в Інтернеті; 4) переробляти її та вносити зміни; 5) включати її до збірників, баз даних, антологій, енциклопедій тощо; 6) продавати її, імпортувати і експортувати. Особисті немайнові права – це: право вимагати визнання свого авторства шляхом зазначення належним чином імені художника на картині (право авторства); право забороняти під час публічного використання картини згадки свого імені (право на анонімність); право вибирати псевдонім, зазначати і вимагати зазначення псевдоніма замість справжнього імені художника на картинах та їх примірниках і під час будь-якого їх публічного використання (право на псевдонім); право вимагати збереження цілісності картини і протидіяти будь-якому перекручуванню, спотворенню чи іншій зміні картини або будь-якого іншого посягання, що може зашкодити честі та репутації художника (таке право мають і спадкоємці художника).

Окрім того, у автора є право вимагати виплати винагороди за будь-яке використання твору; право доступу до твору образотворчого мистецтва – під час передавання твору або матеріального об'єкта, у якому втілено цей твір, у власника автор має право вимагати надання доступу до цього твору з метою його використання для відтворення (виготовлення примірників, слайдів, карток, переробок тощо); право слідування – право на отримання 5% від ціни кожного наступного

продажу твору через аукціон, галерею, салон, крамницю тощо, який йде після першого його продажу, здійсненого автором твору. Виплата винагороди в цьому випадку здійснюється зазначеними аукціонами, галереями, салонами, крамницями.

Автор або інший власник авторського права може розпоряджатися своїми правами шляхом укладення договорів. У наближенні до сфери мистецтва можна виділити три основні типи договорів: ліцензійний договір, договір про створення за замовленням і використання об'єкта права інтелектуальної власності, договір про передання виключних майнових прав інтелектуальної власності – аналог купівлі-продажу. У межах такого договору одна сторона (наприклад, художник) передає другій стороні частково або в повному обсязі виключні майнові права на картину. Якщо художник передає виключні майнові права на картину, він їх позбавляється, тобто в подальшому не може самостійно використовувати таку картину і видавати ліцензії. Немайнові права залишаються у художника. В Україні такі договори мають укладатися в письмовій формі, хоча допускається укладення в усній формі з періодичними виданнями. У деяких країнах допускається і усна форма (наприклад, Австрія, Швеція, Норвегія, Японія та ін.).

Практика фіксує такі основні види порушень авторського права в артіндустрії: вчинення дій, які порушують особисті немайнові та майнові права (використання без дозволу власника прав); піратство у сфері авторського права – опублікування, відтворення, ввезення на митну територію України, вивезення з її митної території та розповсюдження контрафактних примірників творів, а також інтернет-піратство, тобто вчинення будь-яких дій, які визнаються порушенням авторського права з використанням мережі Інтернет; плагіат – оприлюднення, повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору.

Відповідальність за порушення авторських прав в Україні може бути: цивільно-правовою, адміністративною та кримінальною. На практиці в разі виявлення порушень авторського права досить ефективним може бути досудовий порядок врегулювання спору. У 80% випадків грамотно складена претензія або лист-попередження порушнику здатні вирішити спірну ситуацію і припинити порушення. У разі ж доведення справи до суду автор, права якого порушені, може в межах цивільного/господарського/кримінального судових процесів розраховувати на: відшкодування моральної шкоди; відшкодування збитків (матеріальної шкоди), включаючи упущену вигоду або стягнення



доходу, отриманого порушником внаслідок порушення ним авторських прав, або виплату компенсації в розмірі від 32 000 до 160 млн грн; заборона опублікування творів, припинення їх розповсюдження. До адміністративної відповідальності порушники можуть притягатися за незаконне використання об'єкта права інтелектуальної власності (наприклад, художнього твору), привласнення авторства на такий об'єкт або інше умисне порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності. Санкція: штраф 170-3400 грн з конфіскацією незаконно виготовленої продукції, а також обладнання і матеріалів, призначених для її виготовлення. Кримінальна відповідальність передбачена за незаконне відтворення, розповсюдження творів мистецтва або інше умисне порушення авторського права, якщо воно заподіяло шкоду в значному розмірі (від 16 000 грн і вище). Санкція: штраф від 3400 грн, позбавлення волі на термін до шести років з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на термін до трьох років або без такого.

Практика показує, що в Україні вкрай мало обвинувальних вироків і засуджених за такими кримінальними правопорушеннями, що може свідчити про ставлення держави до захисту авторських прав. Водночас цивільно-правові способи захисту в деяких випадках можуть бути досить ефективними і призводити до позитивного результату, наприклад отримання за рішенням суду компенсації за порушення авторських прав. Так чи інакше, авторське право – це дієвий інструмент, який може захистити права авторів на їхньому творчому шляху. За належного рівня охорони з боку держави він стимулюватиме їх творити без побоювань, що результати творчої та інтелектуальної праці будуть безкарно запозичені недобросовісними набувачами.

---

**Професійна асоціація американських мистецтвознавців і арт-критиків** College Art Association (CAA) опублікувала Кодекс застосування принципу добросовісного використання у візуальних мистецтвах (Code of Best Practices in Fair Use for the Visual Arts). Це зведення положень, що стосуються сучасної практики добросовісного використання матеріалів, захищених авторським правом в образотворчому мистецтві, яке започатковане на виробленому в результаті дискусій консенсусі думок професіоналів, до числа яких увійшли мистецтвознавці, художники, дизайнери, куратори, музейні працівники, редактори видань стосовно мистецтва, фахівці в галузі захисту авторських прав. За даними авторів Кодексу, роботи, що перебувають під захистом авторського права, використовують 94,6%

видавців, 81,4% науковців, 75,6% музейних співробітників і 37,3% художників. Водночас 56,8% видавців, 38,8% науковців, 35,1% музейних співробітників і 20,6% художників схильні все ж уникати використання подібних робіт у зв'язку з можливими санкціями через порушення авторських прав.

Під *добросовісним використанням* (fair use) розуміють правову доктрину, що описує виключення із законодавства про авторське право, які допускають за певних умов обмежене використання захищених авторським правом робіт без дозволу правовласника. В американському законодавстві таке використання допускається, поки воно відповідає пункту 8 розділу 8 ст. 1 Конституції США і сприяє «прогресу науки і корисних ремесел». Розробники Кодексу підкреслюють, що хоча він не може слугувати директивним документом для суду, проте він дасть можливість суддям перед ухваленням рішень ознайомитися з передовим досвідом у професійному середовищі.

**Норма.** Використовуючи захищені авторським правом роботи під час створення нових витворів мистецтва, художники можуть посилатися на принцип *fair use* з такими обмеженнями: художники мають уникати використання творів, що захищаються авторським правом, у випадку якщо це не генерує нового художнього змісту, оскільки проста зміна контексту може і не відповідати цьому критерію; використання вже наявних робіт має бути виправдане художніми цілями, і художники мають бути готові пояснити цілі і міру використання цих робіт; під час цитування чужої роботи, художник має вказати джерело – у самій роботі, в її назві, етикетці або іншим способом, за винятком випадків, коли вказані причини цього не робити.

**Принцип добросовісного використання в музейній діяльності.** Музеї постійно проводять виставки з використанням робіт зі своїх колекцій та інших зібрань, громадських або приватних. Ці виставки супроводжуються друкарськими і графічними матеріалами, зокрема експлікаціями на стінних панелях з репродукціями творів, інформаційними брошурами і путівниками, каталогами, а також лекціями і громадськими програмами. Багато музеїв пропонують супутні гіді і онлайн-бази даних з репродукціями експонатів. Інформація може бути доступна за допомогою мобільних пристроїв і поширюватися в соціальних мережах. Онлайн-документація може бути поміщена в ширший контекст, що включає матеріали, не представлені на виставці.

**Норма.** Музеї і їх співробітники можуть посилатися на принцип *fair use* під час використання захищених авторським правом робіт,

включаючи зображення і текст, а також цифровий матеріал для просування основного проекту з такими обмеженнями: використання робіт, що перебувають під захистом авторських прав, має бути виправдане з точки зору кураторських цілей, і куратор має бути готовий артикулювати ці цілі; кількість робіт, використаних у музейній публікації, якість і достовірність відтворення мають відповідати науковим або освітнім цілям; «скачані» зображення мають відповідати розміру екрану дисплея персонального комп'ютера або мобільного пристрою, але не перевищувати їх; у випадку якщо електронне зображення дозволяє розглядати деталі у високому розширенні, його «скачування» може здійснюватися тільки за наявності дозволу від правовласника; зображення мають супроводжуватись детальним описом оригінальної роботи; зображення або інші об'єкти з музейної колекції мають бути доповнені доступними метаданими; зображення і документація з музейних колекцій мають поважати інституціональну політику, спрямовану на захист інтересів третіх осіб, включаючи недоторканість приватного життя і культурні особливості співтовариств<sup>576</sup>.

З європейської практики слід зазначити, що художні інституції Німеччини не можуть викласти свої колекції у відкритий доступ у мережу Інтернет через високі авторські відрахування. Німецькі музеї разом з VG Bild-Kunst – асоціацією, що стягує плату за авторські права від імені художників, – мають намір організувати кампанію на підтримку нового законодавства, яке дозволить установам культури розміщувати в Інтернеті зображення витворів післявоєнного і сучасного мистецтва зі своїх колекцій, уникнувши і величезних переplat, і обкрадання авторів. Дослідження, проведене Німецькою асоціацією музеїв на початку 2018 р., виявило «катастрофічне» відставання у сфері оцифрування колекцій. Головні причини – нестача персоналу, відсутність ноу-хау і ресурсів, а також процвітаюча бюрократія. Державні музеї – у Німеччині їх більшість – можуть, наприклад, зіткнутися навіть із заборонаю на використання соціальних мереж. Музеї у всьому світі прагнуть розширити доступ до своїх колекцій, виклавши їх в Інтернет, проте, як говорить Бернхард Мац, генеральний директор Баварської державної колекції живопису, у який входить 18 зібрань, включаючи Пінакотеку сучасності в Мюнхені – найбільший у Німеччині музей сучас-

<sup>576</sup> Code of Best Practices in Fair Use for the Visual Arts. *College Art Association of America*. 2015, Feb. URL: <https://www.collegeart.org/pdf/fair-use/best-practices-fair-use-visual-arts.pdf>

ного мистецтва, цьому благородному прагненню заважає, зокрема, вартість набуття прав на відтворення післявоєнних і сучасних робіт.

Ініціатива німецьких музейників торкається творів художників, що нині є живими, і авторів, що померли за останні 70 років, тобто тих, чия творчість ще не стала надбанням громадськості. Через високу вартість і адміністративну тяганину під час ведення переговорів з питань авторського права на відтворення таких робіт Баварська державна колекція картин, за словами її директора, не змогла розмістити в Інтернеті зображення 15 тис. експонатів – близько половини свого зібрання.

Важливо зазначити, що розуміння *артправа* через призму права інтелектуальної власності зовсім неправильне. Артправо – передусім індустрія, яку обслуговують різні правові галузі та інститути, що регулюють і питання, пов'язані з обігом творів мистецтва, їх аутентифікацією, питанням застави, страхуванням, довірчою власністю, спадкуванням, проведенням аукціонів і виставок, правовідносинами, що виникають у зв'язку з крадіжками творів мистецтва та антикваріату тощо. Тому праву інтелектуальної власності тут відводиться далеко не перше місце. Щобільше, аби бути фахівцем у цій сфері, крім необхідних навичок і професійного досвіду, потрібно мати потяг до мистецтва та розумітися на ньому. Як показує світовий досвід, артправом в основному займаються ті, хто має стосунок до творчої професії та відповідну освіту в галузі мистецтва. Це те саме, що й, наприклад, робота IT-юриста: зазвичай хороші юристи в IT-сфері добре на ній розуміються і мають відповідні навички в галузі технологій. Так і з мистецтвом: необхідно розумітися на сучасному мистецтві та вміти розпізнати особливий метод роботи художника. Художники – повна протилежність юристам: коли юристи намагаються уникнути ризиків, художники кидають виклики суспільству, приймаючи ці ризики. Така відмінність призводить до складного, але необхідного спілкування правників з митцями, котрі часто виявляються дуже глибокими, особливими людьми з власним світосприйняттям та особливою картиною світу, вони як сканери бачать тебе наскрізь<sup>577</sup>.

<sup>577</sup> Прохорова Г. Хобі: Право на живопис. *Український юрист*. 2018. №9. URL: <http://jurist.ua/?article/1630>

*Ганна Прохорова* – адвокат, керівник юридичного відділу патентно-правової фірми «Пахаренко і Партнери» з досвідом роботи у сфері захисту авторського права і промислової власності понад 12 років, а ще – художник. Крім вищої юридичної освіти, має спеціалізовану вищу освіту в галузі інтелектуальної власності, закінчила курси з артправа при

В Україні право слідування знайшло своє відображення у ст. 27 Закону України «Про авторське право і суміжні права». На відміну від положень Директиви (2001/84/ЕС), у Законі не встановлено мінімальний рівень ціни перепродажу. Винагорода має виплачуватися автору твору, а в разі його смерті – спадкоємцям, у розмірі 5% (твердий фіксований відсоток) від ціни кожного наступного продажу твору через аукціон, галерею, салон тощо, що йде за першим його продажем, здійсненим автором твору<sup>578</sup>. Виплата винагороди у цьому випадку здійснюється зазначеними аукціонами, галереями, салонами, крамницями тощо. Проте доцільним вважається уніфікувати національне законодавство з авторського права щодо ставки відрахувань у відсотках залежно від ціни продажу оригіналів творів мистецтва, як це передбачено у Директиві, що сприятиме реформуванню збалансованого ринку мистецтва України з країнами-членами ЄС щодо купівлі-продажу творів мистецтва.

В умовах стрімкого поширення цифрових технологій і розвитку цифрового мистецтва актуалізуються завдання всебічного наукового осмислення й розроблення положень і методичних інструментів цивільно-правового захисту авторських прав у мережі Інтернет, пошуку нових способів і засобів захисту прав і законних інтересів правласників, інформаційних посередників і споживачів, гармонізації відносин між різними категоріями суб'єктів, що діють у межах екосистеми мистецтва на різних її рівнях. Тому сьогодні необхідні інструменти адаптації авторського права до цифрового простору та його регулювання цивільним правом і соціокультурними умовами реалізації, розширення правових меж авторського права для забезпечення можливості діяти в умовах цифрової реальності.

---

Sotheby's Institute of Art (Лондон, Велика Британія), курси міжнародного приватного права при Академії міжнародного права (Гаага, Нідерланди), автор статей і доповідей з питань, пов'язаних з авторським правом і культурним надбанням. Член Асоціації правників України, Асоціації адвокатів України, Міжнародної асоціації з торговельних марок (INTA).

<sup>578</sup> Андрощук Г. О., Давимука С. А. Арт-ринок і право слідування в ЄС та Україні: економіко-правовий аналіз. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2015. Вип. 1. С. 49-58. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20151\(111\)/sep20151\(111\)\\_049\\_AndroshchukHO,DavymukaSA.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20151(111)/sep20151(111)_049_AndroshchukHO,DavymukaSA.pdf)

### 9.3. Програмні заходи стимулювання розвитку мистецтва в умовах дії кризових явищ, обумовлених пандемією COVID-19

Кризи і мистецтво. Перспективи розвитку світової економіки ще наприкінці 2019 р. були не надто оптимістичні, особливо під впливом кількох чинників, серед яких торгова війна між США і Китаєм, масові заворушення в Гонконзі, криза, пов'язана з виходом Великобританії з Європейського Союзу, і безпрецедентно низькі відсоткові ставки, що негативно відбивається на стані ринку цінних паперів. Попередження про те, що серйозна глобальна епідемія з десятками і сотнями тисяч жертв досить вірогідна, а наслідки її будуть катастрофічними для світової економіки, постійно звучали в експертно-аналітичних доповідях відомих та авторитетних «мозкових центрів», «фабрик думок» (think tanks).

Окрім того, Світовий банк ще в 2000 рр. створив групу експертів, завданням яких було дослідження вірогідності епідемій і розроблення порад і рекомендацій світовим лідерам, що робити, аби їх уникнути. Відтоді Світовий банк щороку випускає доповіді із застереженням, що вірогідність катастрофічної епідемії зростає, а більшість країн світу до неї не готова. Зокрема, наводить такі аргументи: (1) усі вдосконалення в медицині і протиепідеміологічній організації, порівняно з попередніми століттями, перекриваються небезпеками, пов'язаними з «зв'язаністю» світу, – поширенням авіатранспорту, розширенням торгівлі і туризму, тобто атрибутами глобалізації; (2) сучасні технології дозволяють не лише боротися з епідеміями, але і створювати та модифікувати особливо небезпечні мікроорганізми, а отже може статися зараження і вірусом, створеним людиною; (3) не так багато країн володіють системами, здатними протистояти смертельній інфекції, що швидко поширюється.

Прогнози показували, що економічні втрати будуть особливо високими також через паніку, якій сприяють сучасні засоби комунікації. Саме паніка підірве торгівлю і посилить економічну кризу. Боротьбі з епідемією заважатиме недовіра до політиків і учених в багатьох країнах світу. Оцінити економічний збиток від серйозних епідемій непросто: в епоху глобалізації ще не було респіраторних інфекцій, які убили б сотні тисяч людей за короткий період. Що стосується особливостей та наслідків світової економічної кризи 2020 р., наразі існують безліч думок експертів<sup>579</sup>. Так, за оцінкою директора-розпорядника

<sup>579</sup> Мировой кризис 2020 – экспертное мнение. 4Service Holdings GmbH. 2020. URL: <https://4service.group/ru/mirovoj-krizis-2020-ekspertnoe-mnenie-2/>

Міжнародного валютного фонду Крісталіни Георгієвої, світ вступив у нову рецесію і почалася найглибша економічна криза з часів «Великої депресії». Передбачувані сценарії розвитку ситуації та їх наслідки від експерта Д. Павленко – керуючого директора дослідницької компанії Scheduling – основні гравці світового економічного ринку: США – 20 трлн дол. США – 24% світового ВВП; Китай – 12 трлн дол. США – 15% світового ВВП.

Дослідження також показують, що цифри першого півріччя 2019 р. на артринку також не давали оптимізму. Так, за даними аналітичної фірми ArtTactic, загальні результати продажів Christie's, Sotheby's і Phillips знизилась на 20,3%. Ще різкіший спад спостерігався на аукціонах мистецтва Китаю та інших країн Азії: у першому кварталі 2019 р. продажі скоротилися більш ніж удвічі, порівняно з аналогічним періодом 2018 р. Найсильніше постраждав верхній сегмент ринку: за даними Artnet, у першому півріччі продажі творів вартістю вище 10 млн дол. США знизилась на 35%. Як і на інших ринках, на ринку мистецтва основну роль відіграє упевненість. При щонайменшому натязку на спад власники творів вважають за краще відкласти участь у торгах, що призводить до зниження об'єму продажів.

Проте були зафіксовані й позитивні моменти, здебільшого в інституційному плані. В умовах економічної і геополітичної нестабільності поява нових приватних музеїв давала підстави для оптимізму, адже їм доведеться продовжувати купувати мистецтво. Так, норвезький колекціонер Крістен Свеас відкрив недалеко від Осло експозиційний простір The Twist («Поворот»). У Римі всього за кілька тижнів до смерті, колекціонер Овідіо Якороссі встиг відкрити приватний художній простір Musja. Лондонські колекціонери Фатіма і Ескандар Малекі готувалися виставляти свої зібрання у Франції. Це лише кілька прикладів загальносвітової тенденції. Усім цим просторам потрібні постійні нові надходження, щоб експозиції не втрачали актуальності і гостроти. США є найбільшим у світі артринком. Мегагалереї тут продовжують розширюватися, що слугує ознакою впевненості в майбутньому. Набирає обертів і використання мистецтва для підвищення цінності товарів класу люкс, від машин до елітної нерухомості. Артринок може трохи скоротитися, але нема підстав очікувати, що він обвалиться в недалекому майбутньому<sup>580</sup>.

<sup>580</sup> Джорджина А. В мировой экономике намечается спад – но нас ждет новый поворот. *The art newspaper*. 2019. №79. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/7708/>



Таким чином, маємо підтвердження висновку: «Сьогодні ніякий сегмент ринку не існує окремо від ринку загалом, зокрема ринок мистецтва безпосередньо пов'язаний з основними пунктами торгівлі – ринком війни, ринком влади, ринком фінансів. Потрібно прийняти як факт ту обставину, що нездорове суспільство, що сприймає нерівність і зубожіння усередині самого себе, але заохочує самовираження своїх підданих в сумах, що перевищують вартість життя багатьох бідних людей. Ми живемо у світі, де вартість не відповідає цінності, ціна не відповідає якості, значення не відповідає зовнішньому вигляду. Ринок мистецтв успішно відтворив ці обставини усередині себе. Інсталяції Дам'єна Герста коштують дорожче, ніж картини Модільяні, безглузде полотно Джексона Поллока коштує більше, ніж велике полотно Рембрандта, – і це відбувається рівно тому ж, чому пенсії менші, ніж обід в ресторані. Якщо прийняти логіку, згідно з якою наймогутніша держава, що є гарантом свободи у світі, законодавцем моди, мірилом справедливості, витрачає на війну в десятки разів більше, ніж на мир, – якщо прийняти цю логіку за норму, то можна пережити і логіку художнього ринку»<sup>581</sup>.

Організація Об'єднаних Націй прогнозує «історичний рівень безробіття» на тлі кризи, викликаній пандемією коронавірусу, стверджуючи, що «криза COVID-19 занурює світову економіку в рецесію з історичним рівнем безробіття і потреб. Криза може призвести до скорочення чисельності зайнятих на умовах повної зайнятості на 195 мільйонів осіб лише в другому кварталі 2020 року». Відзначається, що пандемія також призвела до кризи з робочими місцями і джерелами засобів до існування, що загрожує прогресу в досягненні цілей сталого розвитку ООН.

Криза повертає нас до статті художнього оглядача С. К. Таннера, який ще у 2000 р. висунув гіпотезу про початок злиття вторинного і третинного ринків предметів мистецтва<sup>582</sup>. Відправною точкою нового соціального феномену автор вбачав світову економічну кризу 2008-2009 рр., коли було відзначено падіння загального рівня цін і сумарної кількості продажів сучасних художників; на противагу – картини гільдії так званих старих майстрів мали зростаючий споживчий попит. Зазначене привело до небаченої раніше взаємоінтеграції дилерів і

<sup>581</sup> Колычева В. А. Арт-дилерство как социоэкономический феномен: зарубежный опыт. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5*. 2014. Вып. 4. С. 103-116.

<sup>582</sup> Tanner S. C. The Changing Role of the Art Dealer. *The ArtBook*. 2010. Vol. 17. No. 2. Pp. 52-53.

аукціоністів, які шукали варіанти виходу з фінансової ситуації, що склалася. Так, власник кваліфікованої англійської галереї «Білий Куб» (White Cube) Дж Джоплін (Jay Jopling), з 2008 р. ставши клієнтом Sotheby's, придбав для особистого користування кілька робіт найбільш високооплачуваного з авторів, що нині живуть, Д. Герста (Damien Hirst), першовідкривачем, а також основним представником, якого він і є. За даними артаналітиків, це принесло небувалі результати: у найкоротші терміни галеристу вдалося реалізувати ті, що «залежались», за оцінками критиків – мистецтвознавців, твори майстра. Своєю чергою, тодішній глава Christie's Фр. Піно (François Pinault) ще в 2007 р. зробив ставку на середню частину ринку, ставши керівником мережі міжнародних художніх салонів, що розпродають твори, що не пішли «з молотка».

На початку кризи 2020 р. із запровадженням карантинних обмежень 128 країн повністю закрили свої культурні установи. Оцінити повноту наслідків, наскільки глибокою може бути ця криза для культурного сектору, – завдання майбутнього, проте спостереження за сферою дають змогу зробити висновок про їхню серйозність уже зараз. Так, за інформацією ЮНЕСКО, культурний сектор у всьому світі зазнає багатопланового впливу пандемії COVID-19 – як соціального, так і економічного та політичного. Він впливає на доступ до культури, на соціальні права художників і творчих професіоналів тощо. Навіть країни, чії системи соціального захисту охоплюють художників і культурних працівників, повідомляють, що й вони, ймовірно, зіткнуться з труднощами в пом'якшенні наслідків кризи. Культурний сектор ризикує бути одним з перших, що зазнає сильного негативного впливу пандемії COVID-19, а поряд з тим – таким, якому не обов'язково нададуть пріоритетність щодо термінових заходів підтримки. Так само, як і в часи попередніх масштабних криз та потрясінь, які випадали людству, нині різні суспільства та їхні політики мають визначитися, чи є культура пріоритетом і чи є в умовах обмежених ресурсів і загальної невизначеності можливість хоча б частково допомогти цій сфері. Нині важливо реагувати швидко, щоб не дати кораблю потонути. Бо витягати його з дна або зводити наново набагато дорожче, ніж лагодити старий<sup>583</sup>.

За даними аналітичних досліджень, з моменту відміни перших артярмарків і оголошення пандемії коронавірусу ринок мистецтва

<sup>583</sup> Трегуб Г. Питання пріоритетів. *Український тиждень*. 31.05.2020. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/243845>

зустрівся з втратами. Так, Американський журнал Art Handler розпочав дослідження серед працівників компаній артринку щоб з'ясувати, як встиг вплинути на них карантин<sup>584</sup>. У першій частині опитування, яке триватиме упродовж всього 2020 р., взяли участь 1027 співробітників артіндустрії, серед яких: 19% представляють продавців мистецтва (галереї, приватні дилери, аукціонні будинки, артконсультанти); 14% створюють предмети мистецтва (художники, дизайнери і співробітники супутніх виробництв); 9% працюють у багетних і пакувальних компаніях; 15% займаються логістикою предметів мистецтва (зберігання, транспортування); 14% представляють некомерційні структури (благодійні фонди і арт-центри); 10% працюють у сфері освіти (коледжі, університети, онлайннавчання); 19% працюють у публічних інституціях (музеї, бібліотеки і архіви). 85% респондентів працюють у США (з них 38% – в одному Нью-Йорку), 15% представляють міжнародний артринок. 27% опитаних отримують регулярну заробітну плату, по 35% працюють на умовах почасової оплати або є вільними працівниками (фрілансерами). Лише 3% учасників опитування були власниками бізнесів в артіндустрії. Основні цифри, які показало опитування Art Handler: 69% респондентів відчують складнощі з оплатою оренди житла; 74% не мають оплачуваної відпустки; 64% не можуть займатися своєю роботою вдома. Окремі висновки дослідження торкалися фрілансерів як найбільш масової, але найменш захищеної групи найнятих працівників артринку: 90% вільних працівників не мають оплачуваної відпустки; 39% з них вже втратили 75% доходу своєї сім'ї; 80% відчули складнощі з продовженням оренди житла або виплатою іпотеки, порівняно з 49% найнятих працівників; 81% фрілансерів не можуть працювати віддалено (тобто вимушені орендувати колективні офіси або студії). Серед прогнозів поліпшення ситуації і збереження артринку прогнозується застосування сучасних технологій в мистецтві, насамперед розробок у сфері дистанційного експонування, торгівлі, логістики і освіти, зокрема онлайн-ярмарки, виставки із застосуванням технологій віртуальної реальності, платіжні системи і логістичний трекінг та інше. Попри те, що, згідно зі звітом міжнародного дослідницького центру International Data Corporation, зростання витрат на продукцію світової ІТ-галузі через коронавірус

<sup>584</sup> Белькевич Д. Потери участников арт-рынка. Отчеты Art Handler / Art Basel & UBS. ARTinvestment.RU. 31.03.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331\\_crisis\\_report.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331_crisis_report.html)

сповільниться в 2020 р. до 4,3% (з прогнозованих у кінці 2019 р. 5%), ринок мистецтва є тією сферою, для якої розвиток технологій рівнозначний не лише успіху, але і виживанню окремих її сегментів<sup>585</sup>.

Опитування, організоване The Art Newspaper спільно з економістом і професором Маастрихтського університету Рейчел Паунелл, показало, що галереї по всьому світу очікують втрати приблизно 72% доходів через пандемію COVID-19. В опитуванні, проведеному у квітні, коли більша частина світу перебувала на карантині, взяло участь 236 галерей і дилерів мистецтва з різних країн. Близько третини (33,9%) світових галерей передбачають, що не переживуть кризи. Найсумнішим вбачають своє майбутнє галереї середнього розміру (з п'ятьма-дев'ятьма працівниками); галереї з десятьма і більше працівниками налаштовані набагато оптимістичніше. Похмурише за всіх дивляться в майбутнє дилери у Великобританії, які очікують найбільш сильного падіння фінансової активності (79%); за ними ідуть Азія (77%), Північна Америка (71%) і решта Європи (66%). Опитані галеристи вказали на різні проблеми, які ставлять під сумнів виживання їхнього бізнесу. Під час пандемії більшість дилерів (82%) передусім турбує падіння продажів. Ще один фактор стресу пов'язаний з пошуками способів захистити своїх працівників в умовах карантину. Компанії, що мають доступ до державної компенсації заробітної плати, скористалися нею в середньому для 67% співробітників. Важливо зазначити, що більшість галерей відзначили, що якби мали ширший доступ до державних кредитів, то оцінювали б свої шанси пережити кризу набагато вище.

Отримані The Art Newspaper дані узгоджуються з результатами іншого недавнього дослідження, проведеного Професійним комітетом художніх галерей Франції, зокрема третина французьких галерей побоюється, що їм доведеться закритися до кінця 2020 р. Через місяць після проведеного The Art Newspaper опитування ситуація нітрохи не покращилася. У кінці травня Асоціація артдилерів Америки (Art Dealers Association of America, ADAA) повідомила, що очікує у своєму секторі падіння доходів на 73%. До цього моменту американські галереї вже позбулися чверті штату і тих, хто працює за контрактом.

<sup>585</sup> Белькевич Д. Потери участников арт-рынка. Отчеты Art Handler / Art Basel & UBS. ARTinvestment.RU. 31.03.2020. URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331\\_crisis\\_report.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331_crisis_report.html)

Паралельно ЮНЕСКО підготувала звіт «Музеї у всьому світі перед обличчям COVID-19»<sup>586</sup> (травень 2020 р.), який містить результати всесвітнього опитування ЮНЕСКО, присвяченого впливу COVID-19 на музеї. У звіті подано нову інформацію про тенденції роботи музеїв під час карантину у всьому світі, заходи, які музеї вживали у відповідь на пандемію, і дії, які вони пропонують під час та після виходу з кризи. У звіті підкреслюється гнучкість музеїв, а також проблеми, з якими вони зустрічаються у своїх зусиллях подальшого забезпечення доступу громадськості до культури. З нагоди Міжнародного дня музеїв (18 травня) дослідження ЮНЕСКО і ІКОМ були оприлюднені. Вони підтверджують, що музеї особливо постраждали від пандемії COVID-19. Причому майже 90% з них, або понад 85 000 установ, під час кризи закрили свої двері на різні періоди часу. Крім того, в Африці і малих острівних державах, що розвиваються (Моразі), тільки 5% музеїв змогли запропонувати онлайн-контент для своїх аудиторій. Майже 13% музеїв по всьому світу можуть ніколи не відкритися знову. Обидва дослідження, у яких брали участь держави-члени і музейні працівники, були спрямовані на оцінку впливу пандемії COVID-19 на музеї і музейні установи. Вони прагнули також з'ясувати, як цей сектор адаптувався до пандемії, і вивчити способи підтримки інститутів після її закінчення.

Уряди різних країн по-різному відреагували на пандемію. Введену в Великобританії схему підтримки бізнесу, за якою уряд компенсує 80% зарплати тимчасово відстороненим працівникам, доповнили програмою підтримки самозайнятих. Щоб підтримати мистецький сектор і допомогти зберегти екосистему, Мистецька Рада Англії частково перерозподіляє ті гроші, що мали б йти на підтримку проєктів, на цільову підтримку організацій, що підтримуються Arts Council England на основі трирічних угод (так звані National Portfolio Organizations). На підтримку таких організацій виділено 90 млн фунтів, аби забезпечити їхню життєздатність, адже більшість з них залежить від тих доходів, які вони не отримують протягом періоду карантину. Друга категорія – організації, що не є частиною National Portfolio, але які є критичними для культурної екосистеми Англії, – це ті, що замовляє або сам створює мистецький продукт та є епіцентром життя своїх спільнот. Для таких організацій Arts Council виділяє 50 млн фунтів, щоб вони могли продовжувати замовляти роботу

<sup>586</sup> Museums around the world in the face of COVID-19. ЮНЕСКО. 12.05.2020. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000373530>

митцям та оплачувати її. І ще 20 млн фунтів виділяється на підтримку окремих митців, щоб дати можливість їм вижити у цей складний період. Британський Кіноінститут анонсував програму підтримки тим митцям, які втратили роботу через коронавірусну епідемію. 1 млн фунтів – це гроші, які передані компанією Netflix. Отже, можна зробити висновок, що в пріоритеті ті інституції, які мають важливе значення для культурної екосистеми і через які відбувається цільова допомога індивідуальним митцям.

У США 2-трильйонний доларовий пакет заходів економічної допомоги передбачає фонд у розмірі понад 370 млрд дол., призначений для малого бізнесу. У відповідь на питання, що може допомогти їм пережити пандемію, дуже багато галерей назвали взаємодопомогу і сумлінну поведінку – від повернення внесків, внесених за участь в зірваних ярмарках, до загальних онлайн-платформ, – і звільнення від сплати ПДВ та інших податків. З діяльністю артбізнесу пов'язані найрізноманітніші гравці – від орендодавців до аукціонних будинків. Отже, зміни в його функціонуванні матимуть наслідки для всієї економіки. Ще однією з нагальних проблем галеристів є необхідність вносити високу плату за оренду приміщень, у які вони під час пандемії не могли навіть увійти. Чим більшу частину щомісячних витрат становить оренда, тим вразливіша галерея. Якщо в Нью-Йорку витрати дилерів на оренду досягають у середньому майже 40% всіх витрат за місяць, то в Лондоні це вже 35%, а в Парижі 27,5%.

Звичайно, багато держав світу передбачають у своїх планах збільшення бюджетної підтримки економік упродовж 2020 р. Підтримка виражається в зростанні прямих бюджетних асигнувань, зниженні податкових платежів або їх відтермінуванні, надання державних гарантій фінансовому сектору за операціями для реального сектору. Водночас у країнах з великими обсягами допомоги значну частку підтримки складають саме державні гарантії. Основним джерелом прямих асигнувань і заміщення втрачених доходів бюджету є позикове фінансування. Окрім того, деякі країни з посиленням на надзвичайні обставини припиняють дію бюджетних правил, що обмежують обсяги залучених запозичень. Підтримка населення також варіюється від країни до країни, але основний акцент робиться на підтримку тих, хто втратив роботу або пережив скорочення відпрацьованих годин, збільшення грошових виплат найбільш соціально вразливим категоріям населення (сім'ям з дітьми, пенсіонерам, ветеранам, малозабезпеченим і т. ін.). У багатьох країнах вводиться тимчасовий



мораторій на виконання вимог про стягнення боргів з фізичних осіб (вилучення майна при невиплаті кредитів, скасування штрафів і пені при неплатежах за кредитами, за послуги ЖКГ і т. ін.).



Як показала практика карантину, культура і мистецтво, зокрема, змогли надати нам те, про що ми навіть ще не встигли подумати самі – створення деякого колективного нарративу, який в умовах соціальної ізоляції став неймовірно важливим. Оцифрувати і закачати на сайти колекції, транслювати спектаклі – це усе потрібно, але це усього лише один з інструментів. Потрібним виявилось створення простору для діалогу, діяльність фахівців з фандрайзингу, що створило можливість прискорення появи нової професії в культурній сфері. Зазначене змушує переглянути управління організаціями, що взагалі дуже актуально саме для культурної сфери, шукати нові управлінські моделі.

Безумовно, існує й інша ситуація – багато приватних та інституційних колекцій вимушено продавали твори мистецтва, з якими в інші часи вони не погодилися б розлучитися. Проте ті, хто не відчув фінансових труднощів, зараз зможуть придбати прекрасні роботи за оптимальними цінами. І хоч термін дії такої ситуації невизначений, світ мистецтва з цікавістю спостерігає за вимушеними, але від цього не менше цікавими новаціями.



Щодо світової ситуації, цікаву пропозицію для роздумів пропонує The New York Times в огляді<sup>587</sup> перших реакцій і стратегічних кроків основних гравців індустрії. Так, скасований Art Basel Hong Kong запровадив Online Viewing Rooms, де колекціонери отримують усі звичні опції попереднього перегляду творів від галерей, 95% яких погодились на нові умови та адаптували свої шоуруми під віртуальний формат. За Art Basel Hong Kong послідували й інші міжнародні та регіональні ярмарки мистецтва. Поступово колекціонери звиклися і навіть дещо прониклися ідеєю покупок онлайн. Дійсно, тут є свої плюси. По-перше, технології не стоять на місці і інтерфейс цифрових ярмарків тепер дозволяє галереям завантажити велику кількість цікавої інформації, фото- і відеоматеріалів, а також іншого контенту, який буде, поза сумнівом, цікавий тим, хто замислюється над придбанням тієї або іншої роботи. По-друге, якість пропонованих робіт значно зросла: у минулому на онлайн-платформах часто пропонувались не найкращі витвори мистецтва, а кращі роботи зберігались для показу на «справжніх» ярмарках. Зараз такого розподілу не спостерігається – можна натрапити на справжній шедевр. І нарешті, онлайн-формат – це лише онлайн-ярмарок, на якому можна концентруватися виключно на мистецтві, і в результаті знайти щось особливо цікаве.

Слід зазначити, що згідно зі Звітом<sup>588</sup> онлайн-платформи Artsy за 2019 р., частка онлайн-продажів останніми роками динамічно зростає. Ще 5 років тому онлайн-продажі були радше виключенням, а нині статистика Artsy така: 21% опитаних колекціонерів витратили близько 75% свого річного бюджету на придбання мистецтва саме онлайн, ще 15% опитаних витратили у такий спосіб від 50% до 74%. Головним фактором, який мотивує купувати онлайн, є не швидкість пошуку роботи (2 місце) і зручність транзакції (3 місце). На першому місці – відсутність можливості придбати бажану роботу офлайн. Ця статистика набуває усе більшого масштабу у період карантину і, звичайно, змінить сферу продажу мистецтва зсередини, модифікує не просто технічні підходи до продажів, але насамперед характер взаємодії з колекціонерами та художниками.

<sup>587</sup> Art Galleries Respond to Virus Outbreak With Online Viewing Rooms. *New York Times*. 16.03.2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/16/arts/design/art-galleries-online-viewing-coronavirus.html?fbclid=IwAR2OLaOqKa-cvc t3ZDIsQjLuWAZ5UNYFUMvYwF9uWzBHSnsbW3TUJ0SkoTO>

<sup>588</sup> The Online Art Collector Report 2019. *Art.sy Inc.* 2019. URL: <https://partners.artsy.net/gallery-resources/online-art-collector-report-2019/>

У кінці травня 2020 р. ярмарок Art Basel організував дискусію, присвячену перспективам артринку в новій реальності. Її учасники були одноставні в тому, що досвід онлайн-переглядів і вернісажів у галереях і на ярмарках (які негайно після введення карантину запустила Art Basel) додає ринку прозорості – адже тепер ціни на роботи ніхто не приховує. Однак загалом експерт з економіки культури Клер Макендрю, яка щорічно готує для Art Basel звіт про стан світового ринку мистецтва, була песимістична. Вона звернула увагу на те, що, якщо невеликі і середні галереї – основа екосистеми артринку (саме вони зазвичай підтримують молодих і художників-початківців) – закриються через кризу, структура ринку стане менш демократичною. Ноа Горовіц, директор Art Basel в США, і Пол Донован, провідний економіст банку UBS, головного партнера Art Basel, були більш оптимістичні. Один нагадав, що попередня рецесія 1990 рр. дала старт нинішньому розквіту ярмарків, а інший передбачив, що кошти, які споживачі на артринку зараз економлять, найімовірніше, будуть витрачені, як тільки відчиняться двері галерей і художні ярмарки. Не заперечуючи відродження ринку, Клер Макендрю, проте, бачить графік його відновлення у вигляді повільно зростаючої кривої, близькою до букви «U», а не до тріумфальної «V».

Водночас аукціонні будинки, що відчули розпач на початку карантину через відміну очних торгів, перейшли в Інтернет та досягли вражаючих успіхів. Більшість з них, на відміну від галерей, уже мали розвинені інтернет-платформи і технології онлайн-торгів. Так, з початку року Sotheby's провів близько сотні онлайн-аукціонів на загальну суму понад 145 млн дол. США, що майже в шість разів більше, ніж за аналогічний період 2019 р. І це стосується не тільки аукціонних монстрів, подібних Sotheby's або Christie's. У своєму звіті американська інтернет-платформа з творами мистецтва Invaluable оголосила про те, що в квітні-травні 2020 р. кількість аукціонних будинків, що її використовували, різко зросла, а їх загальний обіг збільшився на 277%, кількість зареєстрованих покупців подвоїлася.

Мабуть, загальною складністю і для галерей і артдилерів, і для аукціонних будинків залишається логістика: при закритих кордонах доставити куплене мистецтво замовнику непросто. Очікується зростання сфери технологій у мистецтві, передусім розробок у сфері дистанційного експонування, торгівлі, логістики і освіти. Онлайн-ярмарки, виставки із застосуванням технологій віртуальної реальності, платіжні системи і логістичний трекінг отримають розвиток і нові

гроші, виділені на розробку, тестування і застосування. Попри те, що, згідно зі звітом міжнародного дослідницького центру International Data Corporation, зростання витрат на продукцію світової ІТ-галузі через коронавірус сповільниться в 2020 р. до 4,3% (з прогнозованих у кінці 2019 р. 5%), ринок мистецтва є тією сферою, для якої розвиток технологій рівнозначний не лише успіху, але і виживанню окремих її сегментів. Однак постають нові проблемні питання, зокрема: яким чином захиститися від ризиків, перепрофілювавши свій бізнес або професійні навички під нові реалії, без погіршення умов праці?

Від результатів серії вечірніх торгів Sotheby's, які пройшли онлайн і транслиювалися в прямому ефірі з Гонконгу, Лондона і Нью-Йорка протягом чотирьох з половиною годин, залежало дуже багато. Вони стали першою з початку пандемії COVID-19 великою публічною перевіркою на міцність верхнього сегмента артринку. Коли співробітники підраховували сумарну виручку, компанія оголосила про успіх експерименту: загалом торги принесли вражаючі 363,2 млн дол. США (з комісією), наблизившись до верхньої межі естимейта в 262,1-368,4 млн дол. США (без урахування комісії). Серед лотів, представлених на трьох аукціонних сесіях, були предмети з колекції Джини Вільямс, а також 30 творів сучасного мистецтва і 28 – імпресіонізму та модернізму. Усього було продано 93,2% лотів. На торгах двічі побито рекорд вартості твору, проданого онлайн: спочатку ним став «Свято в саду» (1961-1962 рр.) Джоан Мітчелл, який продали за 7,9 млн дол. США, а слідом за ним портрет «Без назви» (1982 р.) Жана-Мішеля Баскії, проданий за 15,2 млн дол. США (естимейти наводяться без урахування комісії, а виручка – з урахуванням).

Цікавим епізодом з продажу творів сучасного мистецтва стала боротьба за топ-лот вечора – «Триптих, натхненний «Орестеєю» Есхіла» (1981 р.) Френсіса Бекона, який виставив на торги норвезький бізнесмен Ханс Расмус Аструп. Після позначки в 60 млн дол. США в боротьбу вступив покупець з Китаю, який почав піднімати ставки з кроком на 100 тис. дол. США і тим самим уповільнив хід аукціону. У результаті через 10 хвилин лот дістався його супернику за 74 млн дол. США (84,55 млн дол. з комісією при естимейті в 60-80 млн дол. США). За інформацією галузевої розсилки Ваг Фахт, до моменту торгів триптих вже кілька років перебував на ринку – спочатку його намагалися продати за 120 млн дол. США.

Це був вдалий вечір для жінок-художниць: зокрема, були встановлені нові цінові рекорди для таких художниць, як Вія Целміньш,

Леонор Фіні, Хелен Франкенталер, а також на роботи з колекції Ханка і Мері Андерсон. Десять абстрактних полотен, що належали покійному бізнесмену, пішли за 66,3 млн дол. США, зокрема рідкісна робота Кліффорда Стілла РН-144 (1947 Y-№.1) (1947 р.), продана за 28,7 млн дол. США. Виконаний у яскравих блакитних тонах портрет на папері «Без назви» («Голова») Жана-Мішеля Баскії був проданий дорожче за естимейт – за 15,2 млн дол. США, а ось «Білий мазок пензля – 1» (1965 р.) Роя Ліхтенштейна пішов за 25,4 млн дол. США, що ближче до нижньої межі естимейта в 20-30 млн дол. США. Одним із сюрпризів вечора став результат канадського художника-самоучки Метью Вонга, чия робота «Царство явищ» (2018 р.) відкрила сегмент сучасного мистецтва і була продана за 1,82 млн дол. США при естимейті в 60-80 тис. дол. США (минулого року Вонг покінчив життя самогубством. Попит на його твори зараз дуже великий).

Однак секція імпресіонізму і модернізму була не настільки вражаючою, але все-таки принесла 62,8 млн дол. США. «Голова сплячої жінки» (1934 р.) Пабло Пікассо з естимейтом в 9-12 млн дол. США була продана за 11,2 млн дол. США. Значну частину сумарної виручки склали 10 з 11 творів з добірки сюрреалізму і модернізму Латинської Америки, виставленої під загальною назвою «Дух авангарду», які не тільки принесли 26,6 млн дол. США, а й встановили 5 нових аукціонних рекордів у цій категорії. Слід зазначити, що глобальні онлайн-торги Sotheby's 28 і 29 червня 2020 р. проходили одночасно в Лондоні, Нью-Йорку та Гонконгу, поточні продажі транслювалися в прямому ефірі по всьому світу за допомогою потокового відео в реальному часі<sup>589</sup>.

Картина Роя Ліхтенштейна «Оголена з веселим малюнком» (1994 р.), продана за 46,24 млн дол. США, стала топ-лотом торгів мистецтвом XX ст. Christie's ONE: A Global Sale of the 20th Century, які пройшли онлайн 10 липня 2020 р. За торгами в прямому ефірі спостерігали понад 80 тис. користувачів онлайн-каналу Christie's LIVE. Усього на аукціоні було продано творів мистецтва на 420 млн дол. США, своїй покупців знайшли 94% лотів, сім художників оновили свої аукціонні рекорди, серед них Брайс Марден, Джордж Кондо, Такео Ямагучі<sup>590</sup>.

Отже, аукціони довели, що онлайн-торги можуть показувати гарні результати. Крім того, ці торги продемонстрували, що пандемія не

<sup>589</sup> Июньские торги принесли Sotheby's \$430 млн. ARTinvestment.RU. 02.07.2020. URL: [https://artinvestment.ru/news/artnews/20200702\\_sothebys\\_summer\\_sales.html](https://artinvestment.ru/news/artnews/20200702_sothebys_summer_sales.html)

<sup>590</sup> Christie's. 2020. URL: <https://www.christies.com>

відмінила попит на мистецтво і що аукціони, як і раніше, залучають рішучих покупців. До того ж впевненість вселяє і кількість гарантій, хоча варто враховувати, що домовленості про деякі з них були укладені ще до кризи. Проте сумарна виручка в 363,2 млн дол. США поступається результатам 2019 р., коли всього один аукціон сучасного мистецтва Sotheby's, що відбувся в Нью-Йорку 16 травня 2019 р, приніс практично таку ж суму – 341,8 млн дол. США. Так що це, звичайно ж, успіх, але успіх лише за мірками «нової нормальності» потерпілого в результаті пандемії артринку<sup>591</sup>.

Віртуальне видання ярмарку Art Basel, що відкрилося 17 червня 2020 р., стало заміною реального ярмарку, перенесеного на 2021 р. Артдилери повідомляють про великі продажі, зафіксовані в перші дні ярмарку. Уже зараз можна сказати, що інвестиції галерей у створення онлайн-пропозицій окупилися. Галерея David Zwirner продала 10 з 15 робіт на загальну суму 10 млн дол. США. Олена Соболева, директор з онлайн-продажів David Zwirner, охарактеризувала продажі як «стабільні»: «Цікаво бачити, як протягом одного року в індустрії відбулось стільки інновацій, як в разі потреби, так і за планами. Онлайн-зали – це нова норма, і навіть коли відновляться традиційні ярмарки, онлайн-презентації, безумовно, залишаться важливою частиною цього процесу». Едвард Тайлер Нахема, власник однойменної галереї в Нью-Йорку, раніше традиційно покла-



Рой Ліхтенштейн. Оголена з веселим  
малюнком

1994. © Estate of Roy Lichtenstein

<sup>591</sup> Sotheby's виручив на онлайн-торгах 363,2 млн. дол. The art newspaper. 02.07.2020. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8209/>

дався на колекціонерів, має особистий досвід відвідування: «Пандемія показала нам, що світ мистецтва має підхопити цифрові інновації, як це зробили вже багато інших секторів. Водночас, я не вважаю, що настав час поспішати переводити все в онлайн»<sup>592</sup>.

Проте ярмарок сучасного мистецтва Art Basel Miami Beach скасовано через обмеження і невизначеності, пов'язані з пандемією коронавірусу. Захід планувався провести з 3 по 6 грудня 2020 р. у конференц-центрі Маямі-Біч. Замість традиційного ярмарку Art Basel влаштує презентацію на платформі Online Viewing Rooms. Раніше так представили програми ярмарків у Швейцарії та Гонконгу.

Ще раз слід зазначити, що аукціонні будинки розпочали розвивати онлайн-торги задовго до нинішньої кризи, але планувалися вони завжди як додаткові, супутні «живим» аукціонам. Так, вони приносили відносно непогану виручку, але ніхто не міг собі уявити, що монотонні кліки мишки повністю замінять атмосферу аукціонів, що хвилює і захоплює. Проте кількість онлайн-торгів по всьому світу зросла на 63%. Зокрема, ще на самому початку карантину у березні 2020 р. продажі на них склали 20,7 млн дол. США, що перевищує результати березня 2019 р. на 20%, і результати березня 2018 р. на 75%.

Ще одна перевага онлайн-аукціонів у тому, що вони дозволяють охопити набагато ширшу аудиторію по всьому світу і, як правило, залучають безліч нових покупців. Проте колекціонери все ж побоюються робити великі придбання онлайн як через небажання витратити великі суми, не бачивши роботи реально, так і через відсутність азарту та атмосфери «справжнього» аукціону. Через відсутність фізичних торгів в аукціонних будинках також значно збільшилась кількість приватних продажів. Для колекціонерів, що опинилися у важкій фінансовій ситуації, продаж предметів мистецтва може виявитися вимушеним заходом, а приватні продажі – логічним швидким рішенням.

Багато комерційних галерей уже давно відкрили свої онлайн-платформи, а ті, хто ще не встиг цього зробити, терміново включаються в цей процес. Ми вже зазначали, що згідно з недавнім дослідженням The Art Newspaper, галереї прогнозують, що їх продажі за час економічного спаду впадуть до 70%. Але вони не здаються. Щобільше, виникають усе більше і більше цікавих ініціатив. Наприклад, виставки на Online Viewing Platforms можуть позмагатися в креативності: питання логістики різко відпало, отже куратори можуть більше уваги

<sup>592</sup> Продажі на онлайн-ярмарке Art Basel охарактеризовані як «стабільні». *ArtГид*. 19.06.2020. URL: <https://artguide.com/news/7275>



приділити підбору картин і включити у виставки найцікавіші роботи з колекцій, розташованих у різних куточках світу.

Художники відчують світову кризу і передають це у своїх роботах. Зокрема, звертає на себе увагу щоденник Трейси Емін, який вона вела в Instagram галереї White Cube: щодня вона розповідала про свої відчуття, які змінювалися від подиву, неприйняття необґрунтованої агресії і страху. Упродовж цього тижня Емін працювала над новою картиною у своїй студії, фарби на якій згущувалися з кожним днем, як згущувалися кризові події на планеті. Подібні щоденники також вели Ентоні Гормлі, Сара Моріс, Теастер Гейтс. А нова робота художника Бенксі з'явилася в лікарні англійського міста Саутгемптон. Це одноколірний малюнок площею один квадратний метр. Він був виставлений у фойє лікарні, недалеко від дверей відділення реанімації, за домовленістю з керівництвом медичного закладу. На малюнку – хлопчик у комбінезоні, що сидить біля відра для сміття. Він викинув фігурки Спайдермена і Бетмена і грає з новим героєм, вірніше, героїнею – медсестрою Національної служби охорони здоров'я. Рука медсестри витягнута вперед, вона ніби летить повітрям в позі Супермена. На її обличчі медична маска, на спині – накидка, на фартусі – червоний хрест (єдиний кольоровий елемент картини).





У США створили платформу для художників Snark.Art. Усі, хто виклав роботи на онлайн-аукціоні, отримують прибуток від проданих творів, не залежно від того, чи його роботи продавались. За попередньою оцінкою, сервіс збирає 10% від продажів, 30% йде художникам з сайту, а решта – власнику роботи. (Для порівняння інші онлайн-сервіси забирають 50% від вартості роботи). Ініціатори нової моделі зазначають, що це одна з можливих форм пристосування до ринку. Платформа значною мірою обслуговує колекціонерів з невеликим бюджетом, більшість робіт коштують менше ніж 1500 доларів, хоча ціна кількох робіт складає 33 тис. дол. США. Вона надає можливість молодим художникам розвиватись і мати стабільний прибуток. Починаючи з 30 творів 20 художників, платформа зростає за останній місяць та зараз налічує 150 творів 55 художників з 17 країн<sup>593</sup>. Музей Родена в Парижі також знайшов спосіб покращити фінансовий стан у період пандемії і передбачає щорічно заробляти на доході від продажу копій не менше ніж три мільйони євро. Бронзові скульптури створюються в спеціальних майстернях під контролем музейних професіоналів і продаються в художніх галереях, приватних колекціях та в інших музеях. Раніше музей рідко продавав копії скульптур, але карантин підштовхнув працівників до нового способу заробітку. Річний бюджет музею – 12 млн євро, продажі копій робіт, як передбачають, покриватиме четверту його частину<sup>594</sup>.

Заслуговує на увагу креативна бізнес-ідея, яку втілює галеристка зі США Кейт Уербл. Вона поставила за мету зберегти особистий зв'язок між художниками та колекціонерами, що неминуче слабшає без можливості особистого відвідування галереї. Клієнтам запропонували купити підписку на ще не створені роботи, «довіритися художникам» і при цьому заощадити. Технологія така: Уербл залучила 9 художників, розбила їх на 3 групи (роботи художників кожної групи добре поєднуються одна з другою, автори один одного знають якщо не особисто, то точно знайомі з творчістю однокласників). Клієнтам пропонується підписка на одну з груп вартістю 2000 дол. США, яку можна або оплатити одноразово або розбити на щомісячні внески по 500 дол. США. А для того, щоб підкреслити відчуття унікальності придбання, Кейт Уербл вирішила зробити лише 45 підписок, по 15 на

<sup>593</sup> *Every Artist on This Online Art-Selling Platform Makes a Profit From Each Sale – Even If Their Own Works Don't Find Buyers. Artnet. 2020, Jul 10. URL: <https://news.artnet.com/market/snark-art-in-the-age-of-quarantine-1893139>*

<sup>594</sup> Музей Родена в Париже будет продавать копии работ скульптора, чтобы покрыть убытки от карантина. *АртГид. 09.07.2020. URL: <https://artguide.com/news/7313>*

кожну групу. Протягом чотирьох місяців клієнт отримує по одній роботі кожного з художників обраної групи. Майже всі роботи унікальні (за винятком фотографій одного з авторів), зроблені спеціально для цього клієнта. Передплатник знає лише в загальних рисах, що він отримає на виході. Наприклад, передплатник другої групи знає, що однією з робіт буде малюнок Майкла Берріхілла, проте сюжет, композиція та кольорова гама залишаються на розсуд художника<sup>595</sup>. Отже, у випадку з бізнес-моделлю галеристики Уербл, клієнт купує, по суті, «кота в мішку» – когось це відлякає, а інших зацікавить. Якщо зважити на те, що за перший місяць вже продано 30 підписок з 45, колекціонерів, які здатні ризикувати, у Нью-Йорку достатньо. Окрім того, передплатники можуть бути мотивовані й інвестиційним інтересом. Роботи на самих початках художнього процесу продаються набагато дешевше (середня ціна – 667 дол. США), ніж закінчені твори. Наприклад, малюнки вже згаданого Берріхілла в галереї продаються по 2500 дол. США.

У зв'язку з тим, що британські музеї та галереї поступово відкриваються після карантину (перший великий музей – лондонська Національна галерея – відкрила свої двері 8 липня 2020 р.), компанією з дослідження ринку Ipsos Mori було проведено опитування, яке показало, що майже половина британців не готова повернутися в музеї прямо зараз. 49% опитаних заявили, що їм «не комфортно» зараз відвідувати виставки і музеї, попри заходи, вжиті для мінімізації ризику зараження COVID-19. Водночас 34% опитаних заявили, що відвідування музеїв і галерей для них є «дуже» або «досить» комфортним. Британський уряд обіцяє виділити 1,57 млрд євро, для того щоб утримати на плаву британський сектор культури і мистецтва. Ці кошти мають отримати музеї, галереї, театри, музичні компанії та інші установи культури. Такий пакет допомоги стане найбільшою разовою інвестицією в британську культуру<sup>596</sup>.

Світовий досвід показує, що експериментування з методами, цілями і способами експонування творів у часи COVID-19 та самоізоляції розширюють межі виставкового і невивставкового просторів, онлайн і офлайн. Зокрема, Художники з Торонто започаткували проєкт *Canadian Art In Isolation*, у якому вирішили підтримати водночас і місцевих художників, і людей похилого віку, які особливо сильно відчувають самотність, страх і депресію під час карантину: твори перших виставили в кімнатах других. Проєкт був доповнений он-

<sup>595</sup> Искусство по предоплате. *ARTInvestment.RU*. 30.10.2020. URL: [https://artinvestment.ru/news/artnews/20201030\\_art\\_subscription.html](https://artinvestment.ru/news/artnews/20201030_art_subscription.html)

<sup>596</sup> Британское правительство обещало выделить £1,57 млрд на поддержку культуры. *АртГид*. 07.07.2020. URL: <https://artguide.com/news/7306>

лайн-галереєю, щоб привернути уваги до художників-учасників. Бостонський художник Ебен Хейнс створив галерею the Shelter in Place Gallery як спосіб показати свої роботи, попри пандемію і неспроможність не лише виставлятися в галереях, але й працювати в комунальних майстернях над створенням масштабних робіт. Галерея та все мистецтво в ній побудовані в масштабі 1 до 12. Ця «лялькова» галерея у несерйозний спосіб надала художникам можливість створювати реальні нові роботи та виставляти їх, по суті, в офлайн просторі, просуваючи виставки і митців у Instagram.

Ці приклади показують, що неординарна ідея щодо нового формату виставки і продажу робіт може в умовах карантину або інших ускладнень надати можливість сповістити про себе на локальному та глобальному рівнях. Саме тому період карантину (невідомо, як довго він буде тривати) висвітлив необхідність і реальну можливість об'єднання через організацію спільних мистецьких проєктів, і що долучитися до таких проєктів набагато простіше онлайн.

У той час як у світі підраховують збитки від пандемії і будують плани щодо виходу з рецесії, деякі люди не відмовляють собі в задоволенні придбати якийсь унікальний предмет у пам'ять про «часи COVID-19». Однією з найдорожчих покупок подібного напрямку стало замовлення, яке отримала ювелірна компанія Yvel від «неназваного мільярдера з Шанхая». Замовник, якого Ісаак Леві, власник ювелірної компанії, називає «китайським колекціонером творів мистецтва, які живуть в Сполучених Штатах», побажав придбати маску для обличчя з золота і діамантів. При вартості замовлення в 1,5 млн дол. США, Леві називає цю маску найдорожчим засобом індивідуального захисту у світі. Маска, над якою працюють 25 ювелірів Yvel в Ізраїлі, буде виготовлена з 250 грамів 18-каратного золота і інкрустована 3600 чорними і білими діамантами. Крім цього, маска також буде оснащена захисним фільтром категорії N99. Очікується, що замовник зможе отримати свою маску вже в кінці цього року. Що стосується особистості замовника маски, то, якщо вірити публікаціям в ЗМІ, якщо ви побачите людину, що володіє, наприклад, рулоном туалетного паперу з листового золота або одноразовими зубочистками з рогу носорога, – найімовірніше, це буде вона<sup>597</sup>.

Таким чином, основним трендом розвитку артринку в період пандемії слід вважати активізацію літніх продажів 2020 р., що характеризувалися появою топ-лотів, поверненням у студію аукціоніста,

<sup>597</sup> Маска для лица за \$1,5 млн. *ARTInvestment.RU*. 14.08.2020. URL: [https://artinvestment.ru/news/artnews/20200814\\_most\\_expensive\\_face\\_mask.html](https://artinvestment.ru/news/artnews/20200814_most_expensive_face_mask.html)



**Прототип маски для обличчя, прикрашеної діамантами**  
*Фото: Courtesy of Yvel Джейрело: artnet.com*

який керував процесом, стоячи в студії перед моніторами, що пов'язують регіональні майданчики – Нью-Йорк, Лондон, Париж і Гонконг. Phillips створив платформу для розширеного аналізу молодих художників, які вперше з'являються на аукціонних торгах, а колишній співробітник Christie's Лоїк Гузьє випустив «аукціон у смартфоні» Fair Warning, що анонсує топ-лоти всього за кілька днів до продажу. Головна відмінність від аналогів цієї програми в тому, що доступ до нього буде мати лише певна кількість людей, виставлятися на продаж буде обмежена кількість предметів – по одному твору мистецтва в тиждень, а сам продаж буде проходити у формі аукціону.

**Події під час карантину в Україні.** Важливою подією, що схвилювала український культурний сектор ще на початку пандемії, було не лише встановлений карантин і пов'язані з ним обмеження, але й те, що менеджери культури, чиновники і підприємці активно обговорювали секвестр Держбюджету, який корегували у зв'язку з COVID-2019. Причина в тому, що були оприлюднені катастрофічні наслідки експертизи діяльності державних управлінь у сфері культури, що в Україні збіглося зі зміною уряду. Профільне Міністерство було тричі реструктуризовано (ліквідовано, об'єднано, потім знов роз'єднано), хаос з кадрами, перепідпорядкуванням інституцій, зміна документів і бюджетних програм призвели до паралічу Міністерства та недофінансування частини інституцій уже в січні-лютому 2020 р.

З моменту запровадження карантину події стрімко розвивалися. 25 березня голова Комітету ВР з гуманітарної та інформаційної політики Олександр Ткаченко (нині Міністр) оприлюднив інсайд про наміри уряду радикально скоротити видатки Держбюджету на культуру, залишивши лише кошти на утримання інституцій. Обурення спільноти виразилось у публічних зверненнях-протестах до уряду та Президента. Спершу – керівників нових культурних інституцій, три з яких – УКФ, УК та УІ – є системоутворюючим у побудові сьогоднішньої культурної екосистеми, потім – Суспільного мовника, асоціацій книговидавців, кіновиробників, освітян. 27 березня уряд відмовився від ідеї тотального секвестру бюджету на культуру, вранці 29 березня напередодні голосування Верховною Радою змін до бюджету, прем'єр заявив, що фінансування галузі буде збережено, а вже надвечір надійшла інформація, що проєктне фінансування УКФ та УК буде урізане майже повністю.

Попри швидку мобілізацію культурного сектору, криза виявила недоліки внутрішньосекторальної комунікації. «За п'ять останніх років з'явилась потужна й розгалужена професійна спільнота в недержавному культурному секторі, спільнота тепер уже не ситуативних активістів і волонтерів, а фахівців. Вона стала чинником не тільки культури, але й економіки. Чисельно значно більша, ніж у 2014 р., вона продемонструвала дивовижну здатність до самоорганізації, але водночас – певну вразливість і неспроможність»<sup>598</sup>. Проте «засновані в «хлібні» часи галузеві асоціації не утворили горизонтальних зв'язків, не випрацювали спільної візії подолання кризи. Часто лобіювання інтересів однієї галузі відбувалось коштом інтересів іншої. Відтак центром формування антикризових рішень став Комітет ВР з гуманітарної та інформполітики, куди звідусіль стікалися хаотичні лобістські пропозиції. За відсутності єдиного «низового» центру координації всіх секторальних гравців у публічне поле трансливалась протестна енергія, єдиного позитивного порядку денного (наприклад, консолідованих пропозицій зі скорочення видатків конкретних галузей) культурна сфера не запропонувала»<sup>599</sup>. Водночас «внутрішньопартійні» експерти лобіювали інтереси окремих сфер (особливо туристичної та концертно-розважальної, що зрозуміло з огляду на бек-

<sup>598</sup> Козленко І. Чого нас мають навчити бюджетні війни за культуру. *ЛБ*. 30.03.2020. URL: [https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993\\_chogo\\_mayut\\_navchiti\\_byudzhetni\\_viyini.html](https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993_chogo_mayut_navchiti_byudzhetni_viyini.html)

<sup>599</sup> Козленко І. Чого нас мають навчити бюджетні війни за культуру. *ЛБ*. 30.03.2020. URL: [https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993\\_chogo\\_mayut\\_navchiti\\_byudzhetni\\_viyini.html](https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993_chogo_mayut_navchiti_byudzhetni_viyini.html)

граунд команди Президента), відповідно формуючи законотворчі пропозиції в урядовий антикризовий пакет.

Ось деякі проблеми, на думку експертів, які проявила «бюджетна війна». По-перше, помітною була недовіра влади до сектору культури-з-виробництва-сміслів як до чогось несерйозного, що не виробляє явних економічних благ. Ця недовіра обопільна. Культурний сектор досі значною мірою перебуває «в тіні», у сірій зоні між прибутковими та неприбутковими формами організації. По-друге, стала очевидною криза авторитетної експертизи. Культурний сектор так і не напрацював єдиний понятійний апарат, універсальні дефініції, зрозумілі для всіх сфер культури включно з «розрахунково-видовищною». Не імplementував його в закон про культуру, не виокремив культурну економіку з загального поля універсальних економічних відносин. Бюджетні війни знов повертають нас до потреби здійснення авторитетного експертного аналізу, тотальної інвентаризації культурних процесів, подібної до тої, що відбулась у 2014 р., до питання законодавчого визначення економічної природи сфери культури й відповідно – моделей фінансування та критеріїв ефективності різних її секторів. Вказують на необхідність усвідомлення потреби міжсекторального балансу і консенсусу, а не боротьби за ресурси, формування спільного лобі, суспільного та політичного представництва. Карантин і «бюджетна лихоманка» проявили структурні хиби недосформованого культурного сектору. Схоже, попереду буде чимало часу, щоб спробувати їх виправити. Чи здатні ми будемо це зробити – питання спроможності нових культурних еліт. Воно, можливо, навіть важливіше за цифри фінансування в новому бюджеті<sup>600</sup>.

Зазначена ситуація показала, на нашу думку, не лише неузгодженість дій представників культурних інституцій, але й незавершеність, а подекуди й недосконалість законодавчого забезпечення розвитку культури та мистецтва, а також відсутність системної аналітики щодо ролі та внеску культури і мистецтва в загальний соціально-економічний розвиток держави (про аналогічну ситуацію щодо Держбюджету США ми говорили раніше), яка б була доказовою базою та обґрунтованим аргументом для прийняття рішень щодо фінансового забезпечення культурного сектору загалом, та окремих його складових. Наприклад, влада досі не дуже розуміє, що саме креативна сфера є драйвером розвитку міст і територій, драйвером реформи децентралізації.

---

<sup>600</sup> Козленко І. Чого нас мають навчити бюджетні війни за культуру. ЛБ. 30.03.2020. URL: [https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993\\_chogo\\_mayut\\_navchiti\\_byudzhetni\\_viyini.html](https://rus.lb.ua/culture/2020/03/30/453993_chogo_mayut_navchiti_byudzhetni_viyini.html)

Український уряд, відчувши наближення кризи і недоотримання українським бюджетом коштів (вочевидь, не лише через пандемію коронавірусу), вирішив включити режим жорсткої економії (але не для всіх). Прогнозовано, найпершими «під ніж» пустили видатки на культуру. У першій редакції змін до бюджету пропонували урізати всі витрати на проекти – повністю забрати фінансування в Українського культурного фонду, Держкіно, Інституту книги і Українського інституту; не фінансувати реставрацію пам'яток і капітальне будівництво нових музеїв (зокрема, Музею Революції Гідності). Після протесту з боку культурних інституцій і менеджерів в уряді переглянули заходи з економії і трохи грошей повернули. Водночас згідно з результатами опитування, 72% респондентів у сфері культури і креативної економіки в Україні вважають свій сектор найбільш вразливим в часи пандемії та карантину. І завдання в тому, щоб визначити інструменти і стратегії, які, можливо, допоможуть скоротити збиток від пандемії і пов'язаної з нею економічної і соціальної кризи. «Наразі маємо 1 млрд грн. Поки що не весь об'єм, який ми просили, але початок закладено», – зазначив міністр. Виділяється: 590 млн грн – на гранти через УКФ для інституційної підтримки, стипендій самозайнятим митцям, для підтримки проектів у сферах культури та мистецтв, креативних індустрій і внутрішнього туризму; 150 млн грн – на гранти через Український інститут книги; 50 млн грн – на підтримку кіно через Держкіно; 100 млн грн – для проведення конкурсу МКІП з відбору проектів на виробництво серіалів патріотичного спрямування. Окрім того, заклали фінансування для створення електронного обліку культурної спадщини та культурних цінностей. Також частину бюджету буде виділено на компенсацію втрат закладами культури за період карантину: для оплати комунальних послуг, послуг з пожежної безпеки та охорони.

16 червня 2020 р. Верховна Рада України прийняла Закон №3377 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)»<sup>601</sup>. Зокрема, буде дозволено закладам культури до 1 січня 2021 р. не

<sup>601</sup> Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) від 22.04.2020 № 3377. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=68643](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68643)



перераховувати до Державного бюджету суми орендних платежів у розмірі 70% або 30% орендної плати, а залишити таким закладам культури для відшкодування збитків, пов'язаних з недоотриманням доходів. Прийняття цього закону дозволить забезпечити реалізацію необхідних заходів щодо підтримки сфер життєдіяльності людини та забезпечення належного виконання функцій держави, нейтралізації негативних наслідків зниження ділової та економічної активності в Україні та світі, які пов'язані з поширенням коронавірусної інфекції COVID-19. Проте це тільки плани. І чи будуть вони виконані?

---

У підсумку, мені хотілося б масштабувати запропоновану формулу «художники передусім» та правити її за ілюстрацію хибності бюджетної стратегії щодо культури. Не ми підтримуємо художників, купуючи їхні твори (тим паче, коли прагнемо зробити це за найнижчою можливою ціною). Це художники підтримують нас, коли створюють нові роботи та сенси. Не держава має благодіяти культурі та підтримувати її мінімальними засобами, аби та бодай жевріла, допоки не прийдуть «кращі часи». Це культура підтримує державу і пришвидшує настання цих «кращих часів». Ніякої благодійності – лише ринкові стосунки та прагматичне інвестування у сферу, яка принесе дивіденди. ... необхідна не горезвісна політична воля, а політична уява. Ситуація з відчайдушним скороченням бюджету на культуру є історією не про економію, а про політичний вибір. Про наміри та їх відсутність. Про розставлені пріоритети. Про коротко- та далекозоркість. Про нездатність помислити категоріями майбутнього, яке настане швидше, ніж видається. Епідемія, карантин, паніка минуть. За ними, цілком вірогідно, слідуватимуть не менш складний період. Але лишаються художники і народжені ними сенси, які здатні бодай трохи примирити нас з тим, що коїться навколо і всередині нас. Саме у мистецтво і саме зараз варто інвестувати. Державі, колекціонерам, глядачам – усім. ***Ні, не конче гроші: увага, час, уява теж є важливою інвестицією.*** Саме зараз, коли інші інвестиції більше не видаються надійними і не викликають довіри. Не чекаючи, поки буде знову безпечно збиратися натовпом на вернісажах<sup>602</sup>.

---

Проте, окрім Державного бюджету, ефективно мають бути задіяні спеціальні фонди, зокрема визначити в їхній діяльності два пріоритетні напрями: по-перше, допомогти адаптуватися до ситуації, що склалася, тим організаціям, з якими вже працюють, особливо пере-

<sup>602</sup> Герман Л. Колонка про арт-ринок. *Your Art*. 07.05.2020. URL: <https://supportyourart.com/columns/art-market>

можцям конкурсів. Потрібно допомогти їм виконати вже запуснені проекти, навіть у якомусь іншому форматі, також запропонувати грантоотримувачам додатково певний відсоток від суми гранту на непередбачені витрати, щоб вони змогли адаптувати свою діяльність не лише у межах уже заявлених проектів, але і, в деяких випадках, як організації.

Безумовно, відбувся дуже серйозний відтік коштів з культурної сфери. Скорочуються маркетингові витрати, частиною яких традиційно є спонсорування установ культури, скорочується ситуативна підтримка. Але навіть у цій ситуації, як показує практика, є компанії – спонсори-однорумці. Вони не просто дають гроші, а допомагають сформувати справжнє партнерство завдяки загальним культурним цінностям і глибшому розумінню завдань сторін. Вони розуміють, що зараз вкрай потрібні своїм культурним партнерам і те, що найгірше, що вони можуть зробити, – скоротити фінансування. Але є і ще один інструмент підтримки культури, хоча він абсолютно недооцінений у нашій країні. Це *individual giving*, індивідуальна підтримка. Виявилось, що багато людей готові відгукнутися на заклик і підтримати улюблену інституцію, але вони відкривали сайт цієї інституції і бачили, що можливість *individual giving* просто не передбачена. Потрібні подвійні зусилля: з одного боку, необхідно зростити покоління, яке відчуватиме свою причетність до культури, а з іншого – самі інституції мають усвідомити, що будь-яка сума грошей має значення і, що коли однорумців багато, це дає серйозні результати.

Дослідження показують, що за минулі роки відсоток індивідуальних пожертв, порівняно з іншими формами культурного фандрайзingu, зростає. До того ж більш охоче гроші на культуру жертвує молоде покоління, що знову-таки підтверджує ідею того, що донора треба зростити, щоб він міг відчувати себе частиною культурного сектору і усвідомлювати, що його підтримка важлива. І інституції екосистеми культури мають брати в цьому процесі активну участь – їм потрібно вчитись давати можливість себе підтримати. Проте пошук грошей на культуру – це стала проблема.

Глобальне переформатування в екосистемі мистецтва стосується і України, як це буває в період технологічних зрушень, і надає шанс для національного артринку перестрибнути одразу через кілька сходинок і йти в ногу зі світовими організаційними моделями сфери мистецтва. Розділяємо думку, що «разом з новими підходами продажів має прийти новий світоглядний підхід до придбання мистецтва. Окрім прозорості та зрозумілості механізмів, цей підхід буде ґрунтуватися на

позаді до серця сфери – власне, мистецтва. Світоглядна проблема українського артринку – йому бракує такої системи координат, у якій головним активом стане можливість досвіду причетності до мистецтва, а не предмет, естетична одиниця. Я розумію артринк майбутнього як систему відносин, в основі якої буде прозорість та, передусім, повага до його головних суб'єктів – художників, що їм у цій системі відведене привілейоване місце, а не роль суб'єктів чи об'єктів благодійності. І ця повага є не наслідком, а причиною, передумовою здорових ринкових механізмів. Змінити правила гри в українському артринку та стати оцим умовним Uber'ом зуміють ті, хто «оцифрує» подібний етичний підхід. І впровадить такий механізм взаємодії між тими, хто створює, консультує та купує, у якому етика та повага будуть запрограмовані як опція by default»<sup>603</sup>.

У 2020 р. стартувала робота першої української онлайн-платформи з продажу та популяризації сучасного мистецтва. Після попередньої модерації, свої роботи на сайті можуть розмістити як професійні творчі діячі, так і митці-початківці. CodeKY – сайт, на якому представники творчих професій можуть рекламувати та продавати свої роботи, розміщувати інформацію про мистецькі здобутки та пропонувати надання послуг, пов'язаних з дизайном, фотографією, живописом, скульптурою та іншим. Наразі на платформі є: онлайн-крамниця, де можна купити предмети сучасного мистецтва молодих українських художників і майстрів, фешн-дизайнерів, а так само антикваріат і вінтажну продукцію; дошка оголошень, де усі охочі можуть розмістити інформацію про послуги, пов'язані з мистецтвом; блог з доступними статтями про сучасне мистецтво.

Ми вже згадували проєкт «Мистецтво хоче познайомитись» – це ролик на підтримку української культури та мистецтва. Відео зняла діджитал-агенція Postmen. Зйомки провели в Національному художньому музеї України та Національному академічному драмтеатрі ім. Франка. «За сюжетом відео, мистецтво першим проявляє ініціативу в знайомстві й починає «говорити» з людьми, бо хоче познайомитись з ними ближче та розкаже, чим може бути корисне», – пояснюють в агенції. Його мета – підвищити інтерес українців до культури і мистецтва. На вулицях Києва, Львова, Одеси, Харкова та Дніпра розмістили рекламу, де різні твори мистецтва починають діалог у месенджері про живопис, скульптуру, книговидавництво, танець, фотографію і театр.

<sup>603</sup> Герман Л. Колонка про арт-ринк. *Your Art*. 07.05.2020. URL: <https://supportyourart.com/columns/art-market>

24 квітня 2020 р. галеристи Євген Карась і Марат Гельман заснували Фейсбук-групу для продажу і купівлі візуального мистецтва під назвою «Сіль і перець». За словами засновників, група створювалася як «місце взаємодопомоги художників, артдилерів і колекціонерів за встановленими правилами і мінімальними цінами на час карантину». «По суті, всього за десять днів ми створили найбільший в Україні майданчик для продажу мистецтва, – розповідає Євген Карась. – Це означає, що наразі в нашій країні є величезний попит на такий ресурс чи інституцію, засновану на довірі». На думку галериста, стрімке зростання популярності групи є довірою художників і покупців до Марата Гельмана і Євгена Карася, можливістю прямого продажу і прямого контакту з покупцем, низькими цінами і модерацією. «Наша група дає структуровану пропозицію. Я відбираю роботи за особистим суб'єктивним критерієм. Але саме цей відбір дає змогу уникати хаосу. Адже часто покупець розгублений у цінах та якості», – пояснює Карась. При цьому він наголошує, що «якщо робота не проходить, це не значить, що вона погана». Окрім того, переконає, що не варто сприймати його ініціативу, як спробу обвалити ціни на ринку. Група є тимчасовою і створювалася як свого роду розвага для тих, хто захоче взяти участь. «Є така думка, що не можна серйозному художнику продаватися за такі ціни. Але я пропоную гру! Передусім це можливість для художників, які з тих чи інших причини опинилися на периферії, заявити про себе перед чималою аудиторією в п'ять тисяч осіб. Для покупця це реальний шанс розпочати колекціонувати. А для художника, який і без цього непогано продається – можливість підтримати ініціативу, виставивши якусь замальовку чи нарис, щось малоформатне і недороге»<sup>604</sup>.

Французький Червоний Хрест спільно з Аукціонним домом «Дукат» ініціювали благодійний онлайн-аукціон українського мистецтва. «Зібрані кошти буде спрямовано на реалізацію гуманітарної програми Французького Червоного Хреста в Україні – підтримку людей у складних соціальних ситуаціях, зокрема пов'язаних з пандемією COVID-19». Загалом представлені 57 творів мистецтва. Серед лотів, зокрема, роботи Зої Лерман, Павла Макова, Георгія Казакова, Матвія Вайсберга, Василя Чегодара, Олександра Аксініна та Леопольда Левицького. У колекції аукціону представлений живопис, графіка та фотографії відомих українських митців. Середня стартова ціна за

<sup>604</sup> В новій українській арт-групі в Фейсбучі за тиждень продали понад 200 картин. Як це відбувається? *Хмарочос*. 04.05.2020. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/05/04/v-novij-ukrayinskij-art-grupi-v-fejsbutsi-za-tyzhden-prodaly-ponad-200-kartyn-yak-tse-vidbuvayetsya/>

лотами – 300 євро. Продати картини планують у середньому по 1000 євро за одну одиницю. Покупець не сплачує аукціонний збір, оскільки торги благодійні. Зареєстровані громадяни отримують доступ до власного кабінету та користуватимуться надалі спрощеною процедурою подачі заявок на участь в аукціонах<sup>605</sup>.

Ці та інші кейси показують, що Україна також залучена до процесу виходу мистецтва з кризи. І хоча роль держави в ньому мінімальна, на відміну від соціальних заходів в інших країнах, справа ця – в руках самих митців, організаторів мистецьких заходів, кураторів і благодійників.

---

Зараз вже 2020 р. і Україна й досі перебуває практично у тому ж сумному фінансовому стані. Захід на початку 2010 рр. трохи оговтався, і з часом вийшов з кризи. Ми, на превеликий жаль, ще ні. З фінансової точки зору – краще не стало, хоча відбулось багато позитивних соціально-політичних змін. Зараз по всьому світі вирує пандемія COVID-19, і це погіршило становище, в усіх країнах – не тільки в нас. За моїми прогнозами, восени криза зростатиме ще більше. Гроші – рушійна сила художніх, виставкових, поліграфічних процесів, від них залежить формування брендів. Якщо художник продав свою роботу в 2008 р. за 35 тис. дол., а зараз її продають за значно менші гроші – це дуже погано відображається на його іміджі. На жаль, у фінансовому плані – ми відстаємо від світу. Європейський художній ринок не перебуває на висоті, але все одно сильніший за багатьма показниками – навіть у цьому році, здійснювалися серйозні продажі на десятки мільйонів доларів<sup>606</sup>.

---

Таким чином, галереям, арт-ярмаркам, аукціонним будинкам і, звичайно, художникам по всьому світу доводиться реагувати та знаходити методи та інструменти роботи в умовах пандемії. За цей період з'явилася велика кількість нових онлайн-майданчиків для перегляду та купівлі творів мистецтва, безліч лекцій, обговорень і воркшопів, низка експериментальних артпроектів, які фінансуються державними та недержавними грантовими організаціями, приватними інституціями, громадами, а організують музеї, галереї, громадські організації і самі художники. Instagram став важливою платформою для

<sup>605</sup> На підтримку людей у час коронавірусу оголосили аукціон українського мистецтва. *Громадське ТБ*. 12.04.2020. URL: <https://hromadske.ua/posts/na-pidtrimku-lyudej-u-chas-koronavirusu-ogolosili-aukcion-ukrayinskogo-mistectva>

<sup>606</sup> Димшиц Е. Пандемія і мистецтво насправді дуже взаємопов'язані. *UACulture*. 24.09.2020. URL: <https://uaculture.org/texts/eduard-dymshycz-pandemiya-i-mystecztvo-naspravdi-duzhe-vzayemopovyazani/>

комунікації, мережевої комерційної діяльності галерей і художників, а результативним способом перетину та взаємодії різних сторінок і користувачів у соціальній мережі став запуск хештегу (слово або об'єднання слова (без пробілів), якому передує символ #), наприклад, хештег #artistsinquarantene італійської кураторки Джиди Пеллікарі, #artinthetimeofcorona, #artinquarantine, #quarantineart, #isolationart, #covidart та #covid19art тощо).

Пандемія сильно вразила культуру і мистецтво, зокрема. Сьогодні ця сфера пов'язана з міжнародним співробітництвом, проте багато планів довелося відкласти або ж відмінити взагалі. Сучасне мистецтво спрямоване на відображення актуальної проблематики, і тому саме події кризи змушують багатьох переосмислити багато речей, переглянути звичні формати. Тому попереду нас очікує цікавий період щодо усвідомлення важливості мистецтва. Наприклад, уже обговорюються питання, пов'язані з тим, що умови життя під час кліматичної катастрофи ставлять більш гостро питання про розроблення екологічно стійких форматів великих культурних подій на кшталт бієнале, які все частіше замислюються про дбайливе ставлення до історичної спадщини міст і зниження вуглецевого сліду в атмосфері над ними. Екологічній проблематиці планувалось у 2020 р. присвятити десятки міжнародних виставкових проєктів, найбільш помітні з яких – нова бієнале в Гельсінкі і Тайбейська бієнале «Ми з тобою не живемо на одній планеті – Нові дипломатичні зустрічі» під кураторством Бруно Латура і Мартена Гіннар-Терра, які заявляють у своєму стейтменті: «Не потрібно мати багато розуму, щоб помітити, що мешканці Землі дуже по-різному розуміють природу планети, на якій мешкають. Зрозуміло, наприклад, що Дональд Трамп і Грета Тунберг живуть на різних планетах! У світі, яким його бачить Дональд Трамп, викиди CO<sup>2</sup> ніяк не загрожують навколишньому середовищу, а парникові гази всього лише міф, і бізнес нічого не має змінювати, не забуваючи, правда, ставити на перше місце інтереси Америки. Очевидно, ті, хто підтримує таку точку зору, не живуть на одній землі з тими, хто страждає від глибокої екологічної кризи».

Чи можливо змінити не тільки логістику, але і способи художнього виробництва, структуру і склад сучасних бієнале, які можна було б створювати в іншій концепції і більш сталій формі, на кораблях і поїздах, без вуглецевого викиду і забруднення як матеріальними, так і інформаційними відходами? Для основного проєкту минулої Венеційської бієнале під кураторством Ральфа Ругоффа берлінський художник Томас Сарацен створив пророчу інсталяцію «Aero (s) cene:

коли дихання стає повітрям, коли атмосфера стає рухом в епоху після викопного палива проти вуглецево-капіталістичних хмар», у якій звук реагував на зміни припливів і рівня моря. У серії своїх проєктів Сарацен експериментує з переміщенням на повітряних кулях, що рухаються за рахунок сонячної енергії, – альтернативним утопічним транспортом, який, можливо, стане новим засобом пересування бієнальної публіки в найближчому майбутньому. Водночас головною подією паралельної програми Венеційської бієнале стало відкриття простору Ocean Space австрійського фонду TBA21, що миттєво отримало статус форпосту екологічного порядку з місією перетворити Венецію, яка з високою ймовірністю може бути повністю затоплена через глобальне потепління вже до 2030 р., у продуктивну лабораторію для пошуку робочих моделей виживання в епоху кліматичної катастрофи, докладаючи зусилля для боротьби з екологічними викликами і залишаючись при цьому в постійній тривозі<sup>607</sup>.

Отже, багато експертів переконують, що «постковідний» світ буде іншим. Ось, наприклад, як обґрунтовуються зміни та прогнозується їх набір відомою аналітичною компанією: середньостроково і довгостроково будуть ґрунтуватися на реакції ринку і посттравматичному ефекті споживачів, а короткостроково саме попит – головне джерело кризи і змін. Головні тренди нового стану змінюють не тільки поведінкові патерни окремої людини, але й розгортають ринок і економічну систему загалом у бік накопичення (з розумним споживанням) матеріальних і фінансових ресурсів. Частота споживання скоротиться в рази, так само як і скоротяться витрати в усіх галузях. Це наслідки багаторічної кризи перевиробництва. Коронакриза стала лише каталізатором.

Що ж нас чекає в «постковідному» світі? (1) Споживання буде падати, гранична корисність – зростати, тобто збереження конкурентоспроможності буде можливо тільки за високої якості продукту, рівня сервісу, швидкості доставки до споживача, соціальної відповідальності та інформаційної відкритості. (2) Тотальна цифрова трансформація, поява екосистем у кожному сегменті ринку при одночасному поверненні до світу «з кордонами». Екосистеми стануть обмежені географічно. (3) Зростання міжгалузевої конкуренції – у ситуації падіння ефективної місткості ринку (платоспроможного попиту) бізнесу слід чітко проаналізувати всіх можливих конкурентів з інших галузей. Щобільше, тут можна знайти і можливості для нових

<sup>607</sup> Туризм Судного дня: что происходило с биеннале современного искусства в 2010-е годы. Spectate. 23.02.2020. URL: <https://spectate.ru/2010-biennale/>



нішевих продуктів. (4) Ренесанс внутрішнього туризму. Новий світ – це світ з кордонами. Готельний бізнес має один з найбільш тривалих термінів окупності (до 15 років). За різкого зниження конкуренції в цьому році і зростання попиту до наступного відбувається переділ ринку. Одночасно зі зростанням внутрішнього туризму нового змісту набудуть народні промисли і локальна культура та ін.<sup>608</sup>

«Треба знати, яким може бути завтрашній день, щоб зробити його таким, яким ми хочемо його зробити», – це одна з улюблених фраз Горста Опашовскі (Horst Opaschowski). Його найвідоміша книга, яка стала бестселером у Німеччині, так і називається: «Знай, що буде». Сьогодні, коли більшість експертів говорять про важку економічну кризу, рецесію, масове безробіття, про прірву між «продуктивною» молоддю і «пенсійною» групою ризику, професор Опашовскі запевняє, що багато чого зміниться на краще. Зокрема, футуролог вважає, що відбудеться відхід від індивідуального егоїзму до усвідомлення спільності. «Сім'ї стали зараз більш згуртованими, більш уважними і толерантними одне до одного, – підкреслює він. – Навіть відносини з сусідом, який раніше не викликав особливої приязні, потеплішали». Серйозні кризи часто призводять до переосмислення цінностей, перегляду пріоритетів, особливо – серед молодих людей, а це зазвичай не проходить безболісно. Але тенденція, на думку Горста Опашовскі, цілком зрозуміла: у спілкуванні більше цінуватимуть почуття відповідальності, можливість покласти на людину, її готовність допомогти та чесність<sup>609</sup>.

Уперше знову-таки за багато років (а то й за всю історію ринку) попит на нові сервіси настільки випереджає пропозицію, що багатьом галереям і аукціонним будинкам доводиться практично в авральному ручному режимі створювати нові види діджитал-продуктів: онлайн-кабінети, віртуальні виставкові зали і оглядові кімнати, нові способи демонстрації об'єктів і оплати послуг, нові види інформаційного супроводу угод та ін.

Усе помітнішим стає зростання сегменту цифрових послуг, який активно відвоює позиції в екосистемі ринку предметів мистецтва та колекціонування, потіснивши традиційні сервіси. Якщо лейтмотивом

<sup>608</sup> Edelman Trust Barometer Special Report: Trust and the Coronavirus. *Edelman Trust*. 2020. URL: <https://www.edelman.com/research/covid-19-brand-trust-report>

<sup>609</sup> Несподіваний прогноз німецького футуролога про життя після коронавірусу. *Deutsche Welle*. 29.05.2020. URL: <https://www.dw.com/uk/несподіваний-прогноз-німецького-футуролога-про-життя-після-коронавірусу/a-53607103>

2018-2019 рр. було посилення юридичних і комплаєнс-відділів (комплаєнс – від англійського compliance («згода, відповідність») походить від дієслова to comply – «виконувати» – і буквально означає дотримання певних правил, вимог або умов) аукціонних будинків, то в еру постпандемії нас очікує розвиток діджитал-відділів і поява нових онлайн-проектів. Тобто прогнозується ситуація, за якої «цифровий клієнт» стає пріоритетнішим за звичайного, що призведе до стрибка розвитку VR-, AR- і XR-технологій (інтерес до них на артринку досі не був достатньо сформований). Серед інших діджитал-напрямів можна назвати цифрову сертифікацію – впровадження цифрових паспортів, що засвідчують автентичність предмета, що купується.

Зазначене призведе до створення глобальних баз даних картин та інших предметів колекціонування, що дасть поштовх для розвитку артаналітики – більш повної, глибокої і незалежної. Зрозуміло, що це підвищить довіру до ринку й, таким чином, полегшить входження в нього нових учасників та залучить нові кошти. Крім того, наявність великого масиву аналітичних даних і доступність цифрових сервісів простимулюють розвиток нових форм володіння мистецтвом (зокрема, варіантів групового володіння предметом на основі токенизації – покупець є власником умовної частини предмета, так званого токена, і може отримувати прибуток під час зростання його ринкової вартості).

Що стосується українського артринку, то прогнози – не достатньо зрозумілі. Складна економічна ситуація, посилена ефектами епідемії COVID-19, негативно вплинула на купівельну спроможність потенційних покупців, а колекціонери здебільшого зайняли поки очікувальну позицію: не виводять на ринок першокласні роботи і не купують нові до нормалізації ситуації. Активна частка клієнтської аудиторії (здебільшого це середній клас) у момент невизначеності практично не зацікавлена в частих покупках чогось, що не відноситься до предметів першої необхідності. Отже, багато що в такій ситуації визначає політична стабільність і загальний моральний стан у суспільстві, які в Україні, на жаль, зараз не на високому рівні. А головне – економічний фактор, який є основним стримуючим елементом розвитку українського артринку.

---

**Розділ 10.**  
**Екосистема мистецтва**





## 10.1. Просторово-часова розмірність мистецтва

Мистецтво у своєму прагненні реалізувати функцію соціалізації є складовою соціального простору, концепт якого в науковому дискурсі реалізується в межах положень соціології, культурології, політології і спрямований на осмислення постмодерністського розуміння світу й простору<sup>610</sup>. Простір постає активним компонентом у системі досліджень соціальних систем, де відбуваються різноманітні комунікації. Факт так званого «просторового повороту» (spatial turn), зацікавленість науковців питаннями простору, важливих для будь-яких структур суспільства чи людини, здійснюються, як правило, на платформі міждисциплінарного підходу. «Сьогодні філософські, соціальні і комунікативні науки відкривають просторово орієнтовані дослідження, сучасні діячі культури і мистецтва дискутують про міські та локальні місцеві простори, навіть теологи вбачають у просторовому мисленні можливість розширити свої уявлення про навколишній світ»<sup>611</sup>. Свого часу Ю. Лотман, представляючи мистецтво як моделюючу систему, визначав мистецький твір як обмежений простір, що становить модель безмежного світу. Розглядаючи власне проблеми художнього простору, Ю. Лотман також робить висновок, що «структура простору тексту стає моделлю структури простору все-світу, а внутрішня синтагматика елементів у середині тексту – мовою просторового моделювання»<sup>612</sup>. Мова просторових відносин, на його думку, є одним з основних засобів осмислення дійсності.

З методологічної точки зору, сучасні уявлення про соціальний контекст, що обумовлюється наявністю категорії простору, багатоаспектні за своєю природою і стосуються колишніх лінійних інтерпретацій, а пропонують розуміти простір не лише як природні географічні або геометричні обставини розвитку культури і протікання історії, але й як «соціально-сконструйований погляд на світ, вбудований в культурне та історичне пізнання». Слід зазначити, що такі тлумачення пропонують передусім критики модерної

<sup>610</sup> Чернявська Л. В. Соціопросторові критерії дискурсивних практик медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*: науковий збірник. 2014. Т. 57. С. 27-33.

<sup>611</sup> Макогон Т. «Пространственный поворот» и возможность инновационных подходов в социально-философском дискурсе. *Известия Томского политехнического университета. Сер.: Философия, социология, культурология*. 2012. Т. 321. № 6. С. 167-172.

<sup>612</sup> Лотман Ю. М. Структура художественного текста. Об искусстве. СПб.: Искусство, 1998. С. 14-288.

просторової концепції, згідно з якою встановлюються довільні межі між «реальним» і «уявним» простором, внаслідок чого виявляються втраченими інші просторовості. Ці життєві «соціальні простори», що приховуються модернізмом, є тими «місцями», де може бути розвинена постмодерна просторова теорія або «соціопросторова критика». Якщо раніше, як вважає автор наведених вище тверджень співробітник Каліфорнійського університету Ріккі Лі Аллен, поняття «культура» та «історія» породжували «потужні дискурси» для артикуляції і організації радикальних рухів, то нині критичні дослідження пропонують возз'єднання матеріального, соціального і знаннєвого, котре культурні та історичні дослідження часто маскують або гальмують<sup>613</sup>. Зокрема, у ролі прикладу соціопросторових зв'язків Р. Л. Аллен розглядає політику «багатокультурності». Багато хто у наш час пов'язує наслідки таких просторових практик, як міграція, інтеграція, сегрегація з проблемами взаємодії раніше співіснуючих культур. Сьогодні це питання актуалізується у зв'язку з посиленням тенденції регіоналізації та локальної децентралізації в структурі розвитку соціально-економічних систем.

У розкритті питань, що піднімаються, Аллен значною мірою спирається на класичні роботи А. Лефевра «Виробництво простору»<sup>614</sup> і «Третій простір» Е. Соджа<sup>615</sup> (1996 р.), що трактують простір як «нередуковану, невід'ємну якість людського і соціального буття» (тріалектика соціального простору). Дослідники вважають, що модерністська соціальна наука виставила простір на задній план, перетворивши на простий «нейтральний фон або початкове вмістилище соціально-історичних відносин», тоді як простір відіграє таку ж важливу роль у виробництві соціального буття, як час і суспільство. «В історії і в суспільстві немає нічого, що не було б придбано і вироблено. Сама «природа», якою вона постає перед органами чуття в суспільному житті, модифікується, тобто виробляється. Люди виробляють юридичні, політичні, релігійні, художні, філософські та ідеологічні форми. Отже, виробництво в широкому значенні включає в себе численні творіння

<sup>613</sup> Ткач Е. Г. Постмодерное общество: место и роль искусства: место и роль искусства: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Москва, 2005. 172 с.

<sup>614</sup> Лефевр А. Производство пространства / пер. с фр. М.: Streike Press, 2015. 432 с.

<sup>615</sup> Soja E. Thirdspace: Expanding the Scope of the Geographical Imagination. *Human Geography today* / [D. Massey, J. Allen, P. Sarre]. Cambridge: Polity, 1999. Pp. 260-278.

і різні форми, навіть якщо ці форми не мають клейма виробника або виробничого процесу»<sup>616</sup>.

На думку Лефевра, «модерністські просторові і регульовані ними території» набувають впливу завдяки бінарному конструюванню простору, який фетишизує або «реальний» простір, або «уявне», що виявляється в результаті «подвійною ілюзією». Її обидві складові перебувають у діалектичній єдності, «підтримують один одного, ховаються один за одним» і «створюють тим самим логіку, що маскує альтернативні просторовості». «Подвійна ілюзія» модернізму створює «нормативні способи пізнання реальності». Це просторовості життя, що пізнаються як фізичні, матеріальні і спостережні. Фетишизація уявного простору в ілюзії примарності відкриває шлях нестримній грі фантазії і утопізму. Водночас реальне стає фоном для аналізу, а метафори простору – затверділими елементами дискурсу. Таким чином, подвійна ілюзія обмежує бачення світу межами пануючого просторового дискурсу, який на ній будується.

Ці та інші міркування були пов'язані з прагненням пояснити феномен модерну. Зокрема, як зазначає Аллен з посиланням на Соджа, «просторовості не є ані реальними, ані уявними, але завжди «реальними-і-уявними» плюс ще щось». Останнє іменується в статті «Третєпростір» (після «Першопростір» – реального і «Другопростір» – уявного). Таким «третєпростором», згідно з Лефевром і Соджем, є «соціальний простір», де розгортаються ідеологічні битви за простори і просторовості. Соціальний простір (семіотичний, ідеологічний, релігійний) взаємодіє з реальним і уявним: це місце формування соціальних відмінностей, «символічна сфера виробленого бінарністю реального-і-уявного»; він репрезентує просторові владні диференціали. Окрім того, Аллен виділяє в соціальному просторі три основні «моменти»: сприйняття, понятійне оформлення і переживане. Саме в межах соціального простору формується і розвивається просторо-часова розмірність мистецтва, а зараз зростає інтерес до осмислення власне художнього простору як такого, у зв'язку з чим виникає нагальна потреба в уточненні, а, відповідно, у системному аналізі специфічних особливостей простору естетичної реальності. Зокрема, такої конкретизації потребують різні види мистецтв, насамперед

<sup>616</sup> Лефевр А. Социальное пространство / перевод из книги: Lefebvre H. La production de l'espace. Paris: Anthropos, 1974. Ch. II. § 1. Pp. 83-96. *Неприскосновений запас*. 2010. № 2 (70).



образотворчі. Не менш значущим для розкриття художнього образу вважається питання про роль такого найважливішого компонента його структури, як час. Дослідники, які звертаються до цієї проблеми, здебільшого розглядають її в контексті сприйняття твору мистецтва реципієнтом.

С. В. Рязанова<sup>617</sup> вказує на взаємозалежність просторово-часових зв'язків у художньому творі; твори мистецтва завдяки специфічним особливостям часової організації, знаходячи своє відображення в їх просторовій структурі, самі стають фактором, що обумовлює смислове наповнення художнього образу. Впливаючи на зміст твору, часовий компонент одночасно виявляє характер просторової побудови, вносячи тим самим в образне рішення нові грані і відтінки. Простір і час в художньому творі не є ізольованими і абсолютно незалежними елементами останнього. Вони тісно взаємодіють одне з одним, завдяки чому утворюють єдине художнє середовище, у надрах якого народжується художній образ. В одних мистецтвах ця єдність існує на основі доміанти часової складової (література, музика), в інших – на основі просторової (образотворче мистецтво). Специфіка їх організації та взаємодії багато в чому визначає особливості вирішення художнього образу, що дозволяє віднести їх до найважливіших елементів естетичної реальності.

У контексті дослідження різних проблем сфери мистецтва важливими є завдання формування і організації комунікативного простору. Зазначене актуалізується у зв'язку з сучасними трендами суспільного життя і розвитку сфери мистецтва як життєтворчої діяльності, властивої лише їй специфіки і динамічності характеру. Саме у сфері мистецтва в умовах ринкової економіки представники різних творчих і нетворчих спеціальностей за допомогою участі у різноманітних художніх процесах генерують і фіксують численні і різноманітні тексти, твори, документи, культурні форми, інформаційні ресурси, артефакти, об'єкти авторського права і суміжних прав. Зрозуміло, що в кожному виді мистецтва є певні технології створення текстів творів, що мають певну специфіку, яка детермінує появу тих або інших художніх продуктів і послуг, а також проблем, пов'язаних з їх сприйняттям, виконанням, інтерпретацією, просуванням на ринок і т.ін.

<sup>617</sup> Рязанова С. В. К проблеме пространства и времени в творчестве М. А. Врубеля. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. 2010. № 17 (198). Вып. 44. С. 173-176.

Дослідження власне комунікації як унікального філософського, мистецтвознавчого, культурологічного, семіотичного, психологічного, інформаційного феномену здійснюють представники різних наук, шкіл і напрямів. Однак, попри те, що кожен з них описує різні види комунікації (соціальну, наукову, соціокультурну, художню та іншу), загальною дослідницькою позицією є думка про те, що за своєю суттю комунікації є найважливішим засобом соціокультурного, цивілізаційного розвитку за допомогою створення і трансляції інформації, сенсів, кодів, символів, знань у соціумі, накопичення і трансформації культурного досвіду народів, а також збагачення мікро- і макросвіту людини та суспільства загалом. Отже, сьогодні комунікація стає основною характеристикою сфери мистецтва, що сприяє процесам культурогенезу, зокрема культурної інноватики; взаємодії культур і народів; розвитку креативних якостей як у художника, так і у споживачів інформації стосовно створення, сприйняття численних художніх творів, культурних форм, артефактів, артпроектів, збагаченню смисловою і інформаційною складовою тексту твору як основної змістовної одиниці соціокультурної та інформаційної комунікації<sup>618</sup>.

Сьогодні Інтернет і цифрові технології змінюють не тільки спосіб зберігання і репродукування художнього твору, але й спосіб його створення та особливості сприйняття. «...По-перше, коли Інтернет стає новим хронотипом художнього твору, а мережева культура – соціокультурним контекстом його існування, змінюється відносини «автор – глядач». Нині в соціальних медіа це відношення трансформується: тепер кожен інтернет-користувач є не тільки споживачем культурних благ, а й як мінімум їх співавтором. По-друге, в умовах мережевої культури основною функцією мистецтва є комунікація, а сам твір перетворюється в комунікативний об'єкт. Усе це призводить до дистанціювання, відчуження глядача від художнього змісту твору і, крім того, власних естетичних переживань. У результаті естетичний зміст твору виявляється надлишковим, а панівною риторикою сприйняття мистецтва в мережі стає іронія, що відбивається на зразках як елітарного, так і масового мистецтва. Вона здатна знизити пафос творів високої культури, знецінити їх, проте у

<sup>618</sup> Суминова Т. Н. Творческие индустрии как вариант организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства. *Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой*. № 5(52) 2017. С. 95-103.

випадку з маскультом іронічна установка забезпечує ту психологічну дистанцію і здорове відчуження, які роблять можливим рефлексію і критичне осмислення маскульту»<sup>619</sup>. Це одне з критичних зауважень щодо впливу сучасних комунікаційних засобів на сприйняття мистецтва серед наявної плеяди прибічників так званої «екранної» культури. Проте час змінюється, змінюється покоління як учасників, так і споглядачів художнього процесу під впливом технологічних факторів, а відповідно – змінюється й буде змінюватися сприйняття витворів мистецтва в новому просторово-часовому контексті.

Сьогодні існує величезна кількість просторів, необхідних для повноцінного існування і роботи. Найбільш популярні серед них – креативні простори як «артбізнес-кластери» («лофти») <sup>620</sup>. На практиці, креативні простори створюються на базі закритих промислових зон і об'єктів, культурних центрів. Відбувається реконструкція архітектури, і змінюються її основні функції. Враховуючи класичне означення «кластера» як об'єднання, що перебуває в одній територіально-географічній зоні бізнес-проектів, пов'язаних однією технологічною галуззю, розробкою і новими системами створення продуктів, «артбізнес-кластер» позначають як систему, що має спеціальні трансформуючі елементи, які дозволяють організовувати виставкові майданчики для різних заходів, водночас враховуються пора року, тема події та інші чинники. На регіональному рівні такі кластери – це місце реалізації культурного потенціалу, створене переважно за ініціативою активних городян, які прагнуть розвивати місто, робити його сучасним і цікавим для мешканців.

---

«Артбізнес-кластерами» можна назвати Інститут сучасного мистецтва Kunst - Werke у Берліні, розташований у будівлі колишнього маргаринового заводу, арткластер в Лондоні на місці у минулому промислового району Shoreditch, Färgfabriken у Стокгольмі на місці прядильної фабрики, де зараз розташований театр і різні виставкові простори. У Китаї, наприклад, існує Комплекс заводів, під назвою «798» у Пекіні, який був спроектований німецькими архітекторами.

<sup>619</sup> Сафина А. М. Интернет-пространство как фактор трансформации современного искусства. *Вестник Северного (Арктического) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки.* 2018. № 5. С. 118-127.

<sup>620</sup> Ермакова Л. И., Суховская Д. Н. Концепт пространства в определении сущности социально-философской категории «креативное пространство поселения». *Глобализация научных процессов: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Киров, 2016.* С. 15-17.

Першим об'єктом стала художня академія, якій ціни орендарів здалися досить прийнятними. Через деякий час було відкрито кафе, магазини, проводилися заходи. Таким чином, з порожньої території Комплекс заводів перетворився на справжній «артбізнес-кластер», давши нові робочі місця, творчі ідеї. Це місце стало одним з головних центрів культурного життя не лише в Пекіні, але і в усьому Китаї.

Дослідження показують, що узагальнюючими характеристиками арткластерів є такі: це багатофункціональний об'єкт з можливістю одночасного поєднання мистецьких, освітніх, бізнес-функцій і функцій торгівлі та обслуговування, де кожна складова працює на спільну ідею і є частиною однієї структурної організації; це об'єкт, складові елементи поєднуючись утворюють мистецтво, у своїй певній комбінації вони є самодостатніми і сумарний ефект взаємодії (синергія взаємодії) в разі перевищує ефект їх взаємодії окремо один від одного; це об'єкт, складові елементи якого є носіями позитивних естетичних властивостей визнаної форми мистецтва, вираженням творчих емоцій, інтелекту, змістового наповнення, індивідуалізму, збуджують творчу уяву, спрямовані на створення витвору мистецтва і є продуктом високої майстерності; це об'єкт, націлений насамперед на саморозвиток особистості, форми якого визначає сама особистість, і зорієнтований на всіх охочих долучитись до творчого розвитку.

Основна відмінність саме арткластера від інших інституцій – музеїв, галерей, виставок, будинків творчості, освітніх шкіл – полягає в тому, що в них не прописаний певними межами спосіб творчого розвитку особистості і немає жорсткої регламентації функціонального наповнення приміщень. Це робить арткластер особливо привабливим для творчої молоді, яка не хоче пов'язувати себе жорсткими вимогами і не має достатньо коштів для того, щоб орендувати приміщення в елітному бізнес-центрі<sup>621</sup>.

*«Артбізнес-кластер»: приклади в Україні.* За прикладом західної культури, кийвські промзони оживають. Завдяки ініціативі та зусиллям окремих киян покинуті території заводів перетворюються на арткластери європейського зразка. Містяни ж, часом втомлені від кітчу та гламуру, отримують чудову нагоду проводити дозвілля у

<sup>621</sup> Івашко О. Д. Системний підхід в дослідженні арт-кластерів як нових типів багатофункціональних будівель. *Містобудування та територіальне планування*. 2018. Вип. 66. С. 199-204. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/MTP\\_2018\\_66\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/MTP_2018_66_24)

таких місцях, як артзавод ПЛАТФОРМА, G13 project studio та Closer, які з'явилися ще у 2013 р. **Артзавод ПЛАТФОРМА**. Ідея створити на території Дарницького шовкового комбінату арткластер формувалася протягом трьох-чотирьох років. Організатори хотіли облаштувати на території заводу артпростір, де можна було б зібрати всі нові тенденції у сфері їжі, спорту, музики та творчості. Роботи з ревіталізації території розпочалися 2013 р. У «Платформу» вже інвестували понад 3 млн дол. США, щороку сюди приходять близько мільйона відвідувачів. Її називають найбільшим у Києві та в Україні загалом креативним кластером і наймасштабнішим об'єктом, який створили «суспільно корисні інвестори» за принципом «ревіталізації». Це коли бізнес зумів вдихнути життя у непрацююче підприємство, змінив його спеціалізацію з суто виробничої на одразу кілька напрямів: від технологічного хабу до місця для розваг, креативного, мистецького простору і туристичної цікавинки<sup>622</sup>.

Креативні, цілеспрямовані, натхненні і духовно багаті представники бізнесу, народні артисти, митці та скульптори, медійні особистості, письменники та громадські діячі – усіх у столиці об'єднала родина тернопільських підприємців і меценатів **Тараса та Ірини Демкурів** на відкритті нового **Art Business HUB 5.0**. Новий простір, який презентували у Києві 15 листопада 2018 р., став креативною платформою для бізнесу та мистецтва, соціально та екологічно відповідального суспільства, для розвитку міжнародних проєктів і культурної дипломатії, освітніх проєктів, направлених на підтримку світових трендів та отримання практичних навичок підприємництва і комунікації. Це сучасний робочий простір для проведення ділових зустрічей, круглих столів та інших заходів для представників соціально орієнтованого бізнесу, цінності яких співзвучні з місією хабу. Зокрема, культурно-мистецький проєкт «Під зорею Пінзеля» ініційований з метою сприяння збереженню і популяризації мистецької спадщини Іоанна Георгія Пінзеля – знаного скульптора середини XVIII ст. Метою проєкту є налагодження міжкультурного діалогу і міжнародної мобільності митців і початківців, розвиток навичок початківців (тренінги і навчання, майстер-класи тощо), підтримка європейських митців/професіоналів у сфері культури та їхніх праць, щоб охопити максимальну кількість музеїв, студій тощо на території

<sup>622</sup> «Маленькі» інвестори, які змінюють світ. Радіо Свобода. 01.01.2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30333793.html>

Європейського континенту та підвищити рівень доступу до культури різних за статусністю груп населення, розвиток аудиторії з залученням нових інноваційних методів роботи, диверсифікація співпраці. Поглиблення зв'язку між наявною та майбутніми аудиторіями вивчення і популяризації спадщини Пінзеля, оволодіння техніками, що використовувались у його творчості<sup>623</sup>.

Загалом такі арткластери виникають сьогодні у багатьох українських містах, перевагою користуються туристичні центри, якщо туристичний бізнес стосується культурної спадщини, мистецьких подій.

Створення будь-якого арткластера з економічної точки зору є прагненням ефективно реалізувати творчий потенціал, який створює абсолютно новий продукт – артпродукт. Основна його перевага у створенні синергетичного ефекту взаємодії усіх його елементів (синергії креативної екосистеми), які за спільної діяльності дають результат, що перевершує ефект кожного з них окремо. На початках створюються умови для прояву творчої діяльності, згодом зростає культурний потенціал відповідної території (населеного пункту, громади), що об'єднує в конкретному місці креативні ресурси, художні практики й приводить у підсумку до просторового ефекту, що поширюється загалом на міський простір: розвиток інфраструктури, зайнятість для городян, можливість для реалізації творчої активності, оформлення міського середовища і загалом підвищення ступеня реалізації культурно-мистецького потенціалу. Ці кластери стають культурною частиною комфортного середовища і допомагають міському простору стати цілісним. Такі кластери, на нашу думку, стають основою реальної екосистеми культури і мистецтва.

## **10.2. Феномен екосистеми мистецтва: наукове обґрунтування**

Для усвідомлення сутності та особливостей розвитку художнього ринку/артринку в умовах посилення процесів комерціалізації результатів творчої діяльності потрібно ідентифікувати поняття артбізнесу як складової соціально-економічної системи та визначити межі його предметного поля, що вкрай необхідно в умовах засто-

<sup>623</sup> Art Business HUB 5.0 / Арт Бізнес ХАБ 5.0. Facebook. 2020. URL: <https://ru-ru.facebook.com/ArtBusinessHUB5.0/>

сування бізнес-підходів до організації соціокультурної діяльності в межах реалізації державної культурної політики для залучення корпоративних і приватних інвестицій і подолання інфраструктурних обмежень у сфері мистецтва.

Почнемо з того, що у сфері художньої творчості існує таке важливе класичне поняття, як «поля мистецтва», запропоноване французьким філософом П. Бурдьє. Теорія «полів мистецтва», з позицій соціології мистецтва, розглядає суб'єктивні зусилля агентів «поля» і об'єктивні обставини, що виникають у цьому просторі і відображає базові процеси та основну динаміку розвитку сфери образотворчого мистецтва. Водночас під агентами або суб'єктами «поля мистецтва» розуміють художників, галеристів, артдилерів, колекціонерів, арткритиків і аукціонерів. П. Бурдьє, зокрема, зазначає: «Дія польових сил здійснюється по-різному, залежно від позицій кожного, включаючи рівень потреб, талант, соціальні амбіції, рівень розвитку смаку, походження, освіти, загальний клімат культурного розвитку і місце художника в міжкультурному діалозі. Поле мистецтва є також полем конкуренції, прагненням до традиційних установок, роботи у сфері прийнятих цінностей або, навпаки, до переоформлення напрямів культурних векторів, до переоцінки цінностей»<sup>624</sup>. Окрім того, на думку, П. Бурдьє<sup>625</sup>, історія розвитку артринку може бути зрозумілою і як «історія зміни функцій інституцій стосовно виробництва символічної продукції і самої структури цієї продукції». Пізніше він розглядав артбізнес як «інституції з виробництва символічної продукції», а символічну продукцію оцінював у категоріях символічного капіталу, який належить до однієї з форм нефінансового капіталу, здатної трансформуватися в грошовий еквівалент<sup>626</sup>.

У наукових здобутках про художню творчість добре відома і «теорія конвенції» Г. Беккера<sup>627</sup>, згідно з якою витвір мистецтва розуміють як результат спільної діяльності усіх агентів «поля мистецтва». Тільки

<sup>624</sup> Бурдьє П. Социальное пространство: поля и практики. М., СПб., 2005. С. 367.

<sup>625</sup> Бурдьє П. Рынок символической продукции. *Вопросы социологии*. 1993. № 1/2. С. 49-62.

<sup>626</sup> Бурдьє П. Формы капитала. *Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики*. М., 2004.

<sup>627</sup> Becker H. S. Art as a Collective Action. *Popular Culture: Production and Consumption* / Ed. by C. L. Harrington, D. B. Bielby. Blackwell Publishing, 2001. Pp. 67-77.



в результаті їх спільних дій робота художника визнається витвором мистецтва. Отже, у будь-якому разі зрозуміло, що на визнання його таким визначальний вплив здійснює суб'єктивний чинник, тобто суб'єктивне сприйняття і оцінка окремими людьми або суспільством загалом продукту творчої праці як витвору мистецтва.

Обидві ці теорії характеризують дії суб'єктів «поля мистецтва» і, як зазначав Ж. Бодрійяр, «демонструють не що інше як «мистецтво змови»<sup>628</sup>. Таке подання також підтверджується «інституціональною теорією мистецтва», автором якої є Д. Дікі<sup>629</sup> (1997 р.), яка свідчить, що витвором мистецтва є «такий результат людської діяльності, який у світі мистецтва визнається витвором мистецтва»<sup>630</sup>. Зокрема, Д. Дікі вважав, що визначення мистецтва має бути суто описовим, тобто класифікаційним. На відміну від ціннісного визначення, що неодмінно передбачає конкретні критерії досконалості, класифікаційне визначення ґрунтується на критерії приналежності окремого предмета до певної групи предметів. Таким чином, твір мистецтва – це такий продукт діяльності людини, якому був присуджений статус художності спеціальною громадською інституцією, якою і є «світ мистецтва»<sup>631</sup>.

Автор<sup>632</sup> обґрунтовує, що в основі сучасної соціології мистецтва – чи то роботи П. Бурдье, чи то Г. Беккера – лежать ідеї, розроблені Р. Петерсоном, якого вважають одним з творців парадигми виробництва, оскільки саме він не тільки сформулював методологічну проблему сучасної соціології культури («як досліджувати культуру?»), але і обґрунтовував необхідність звернення до метафорики виробництва. На думку Петерсона, традиційне соціологічне дослідження культури

<sup>628</sup> Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион-Русская книга, 2003. С. 122.

<sup>629</sup> Дики Дж. Определяя искусство. Американская философия искусства: основные концепции второй половины двадцатого века – антиэссенциализм, перцептуализм, институционализм: антология. Екатеринбург: Деловая книга, 1997.

<sup>630</sup> Американская философия искусства: основные концепции второй половины XX века – антиэссенциализм, перцептуализм, институционализм: антология / пер. с англ. Екатеринбург: Деловая книга; Бишкек: Одиссей, 1997. 320 с.

<sup>631</sup> Doulas L. Art: Definitions and Analyses. *Louis Doulas*. 07.2014. URL: <http://louisdoulas.info/wp-content/uploads/2014/07/Art-Definitions.pdf>

<sup>632</sup> Фархатдинов Н. Социология искусства без искусства. Индустриальная метафора в социологических исследованиях искусства. *Социологическое обозрение*. 2008. Т. 7. № 3. С. 55-69.

було неможливим в тому сенсі, що мало на увазі великі і фундаментальні міркування про суспільство, тоді як культура розглядалась як частина більшої системи і була їй підпорядкована<sup>633</sup>.

Загалом ретроспектива показує, що більшість теорій мистецтва прагнули розкрити його особливі ознаки або виділити предметні особливості твору мистецтва (формалістичні, структуралістські й феноменологічні концепції) у функціях, що виконуються мистецтвом або твором мистецтва щодо творців і споживачів (психоаналітичні, експресіоністські, емоційні, когнітивні теорії тощо). Натомість інституціональна теорія стверджує, що істотні риси мистецтва слід шукати не в предметних або функціональних властивостях мистецтва, а в особливостях контексту, у якому воно з'являється і функціонує. Цим культурним контекстом мистецтва є його власна художня практика у форматі наявних інституцій – артсвіту як особливого суспільного інституту. Зокрема, поняття артсвіту Д. Дікі запозичив з відомої статті американського філософа й критика А. Данто «The Artworld» (1964 р.), котрий, проте, не належить до представників інституціональної теорії. Для А. Данто приналежність до мистецтва визначають не так артінституції, як певний мовний контекст, який вони продукують. Він, зокрема, стверджує, що саме теорія мистецтва як сукупність мовних висловлювань «забирає» претендентів на статус твору мистецтва до світу мистецтва й утримує їх від «впадання» у реальні об'єкти, якими вони насправді є<sup>634</sup>.

У статтях, опублікованих у 70 рр. ХХ ст., а також у книзі «Перетворення банальності» (1981 р.) А. Данто запропонував власну концепцію, яка, попри окремі спільні з теорією Д. Дікі пункти, принципово відрізняється від неї і є своєрідною версією пізнавальної теорії мистецтва. Так, А. Данто схильний вважати, що мистецтво є своєрідною мовою, натомість світ мистецтва він розуміє радше як лінгвістичний, аніж суто художній інститут, на відміну від Дікі<sup>635</sup>. Однак термін «світ мистецтва» став спільним. Основна теза Данто зводиться до того,

<sup>633</sup> Peterson R. A. The Production of Culture: A Prolegomenon. *The American Behavioral Scientist*. 1976. Vol. 19. No. 6. Pp. 669-684.

<sup>634</sup> Danto A. The Artworld. *The Journal of Philosophy*. 1964. Vol. 61, Iss. 19. DOI: URL: <https://doi.org/10.2307/2022937>

<sup>635</sup> Американская философия искусства: основные концепции второй половины ХХ века – антиэссенциализм, перцептуализм, институционализм: антология / пер. с англ. Екатеринбург: Деловая книга; Бишкек: Одиссей, 1997. 320 с.

що в новітній історії лише спільнота артпрофесіоналів і відповідних інституцій здатна відрізнити мистецтво від немистецтва, а *естетика остаточно відокремилась в окрему сферу знання*. Роботи Ворхола, Раушенберга і Ольденбурга уособили для Данто нову естетичну реальність, оскільки поєднували в собі масову і «високу» культуру і були подібні до невідомих істот, вивчити і зрозуміти які здатні лише самі художники, мистецтвознавці, критики та куратори. Такий підхід Данто назвав «теорією реальності». Він погоджується з тезою Гегеля про «кінець мистецтва», вважаючи, однак, що це завершення, описане Гегелем, є не стільки кінцем мистецтва, скільки кінцем певної філософії мистецтва, що яскраво проявила себе в європейській естетичній традиції, і в цьому сенсі подією, що звільняє мистецтво від тиску дефініцій, що накладаються цією системою філософської думки. «Бути художником сьогодні означає філософствувати візуальними засобами», – пояснював він свою тезу пізніше в коментарі для *The Art Newspaper*. Закінчилася лише класична західна історія мистецтва – історія академій мистецтв, музеїв як храмів прекрасного, картин у рамах і скульптур на п'єдесталах. Але мистецтво не закінчується з кінцем історії мистецтва<sup>636</sup>.

Отже, термін «світ мистецтва» став важливим спільним положенням у теоріях зазначених дослідників. У широкому сенсі його слід розуміти як цілісну систему різноманітних художніх інститутів: спеціалізовані заклади (музеї, галереї, філармонії, театри тощо); особистості, пов'язані з існуванням, функціонуванням мистецтва: художники, виробники мистецтва, співробітники художніх установ (музеїв, театрів тощо); споживачі мистецтва, колекціонери, критики, історики й теоретики тощо. Звичайно, що основу світу мистецтва становлять художники, які продукують твори мистецтва, а також ті, хто робить їх доступними (актори, музичні виконавці, співробітники галерей), і, звісно, споживачі мистецтва, які його оцінюють.

Слід зазначити, що соціологія вивчає артпринок саме як систему соціальних інститутів, що забезпечують рух художніх цінностей від авторів (творців, виробників художніх продуктів) до споживачів (аудиторії мистецтва). До таких інститутів належать: 1) творці артпродукції (художники); 2) споживачі артпродукції (глядачі, покупці,

<sup>636</sup> Американская философия искусства: основные концепции второй половины XX века – антиэссенциализм, перцептуализм, институционализм: антология / пер. с англ. Екатеринбург: Деловая книга; Бишкек: Одиссей, 1997. 320 с.

колекціонери); 3) професійні посередники (маршани, дилери, комерційні галереї, аукціонні будинки, ярмарки); 4) художня критика; 5) законодавчі інститути, що регулюють і нормують діяльність з купівлі-продажу предметів мистецтва, які здійснюють і контролюють державну та регіональну культурну політику<sup>637</sup>.

З точки зору галериста Н. Круппа, стосовно сучасної системи мистецтва сьогодні говорити слід про фундаментальні структурні перетворення, що відбуваються в артсфері. «Подивіться, наприклад, на Художній музеї Базеля, Цюриха і Лозанни: вони розширюються, прилаштовують нові зали і флігелі, але я теж не знаю, чим все це закінчиться і куди заведе». Сам же по собі Базель, особливо з точки зору можливостей для контактів і «нетворкінгу», є важливим для молодих художників-початківців<sup>638</sup>. Гвідо Нуссбаум (Guido Nussbaum), один з найпомітніших і шанованих у Базелі діячів мистецтв, зазначає: «...те, як відбувається медійне висвітлення тем, пов'язаних з мистецтвом, загалом кореспондується з помітним зрушенням у бік комерції, характерним для артсфери останніх десятиліть, причому організував і очолив цей зсув і став його основним протагоністом саме ярмарок Art Basel». Він продовжує: «Мене просто нудить від зосередженості ярмарку Art Basel не на якості, але на кількості! І кого не занудило від обіду з двома десятками видів закусок, з 17 основними стравами і 35 десертами. Усе це просто не переварити, хоча хороших творів мистецтва тут теж вистачає. ... Але що ще гірше, так це перетворення творів мистецтва в простий товар, в чому винна «екосистема», що склалася навколо Art Basel... Мінова вартість картини або скульптури вийшла на перше місце, тоді як власне художнє послання, виражене в тому чи іншому творі, стало глибоко вторинним фактором, перетворюючи виставку в дзеркало всіх негативних сторін і аспектів ринкової економіки».

Як бачимо, і в наші дні вистачає критики сучасного мистецтва і того, що пов'язано з організацією артринку. Слід зазначити також, що серед аргументів стосовно згасання ринку мистецтва наводиться

<sup>637</sup> Лысакова А. А. Contemporary art как предмет потребления в системе арт-рынка новейшего времени. *Экономика. Социология. Менеджмент*. 11.02.2013. URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419942/Lysakova\\_2011\\_5.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419942/Lysakova_2011_5.pdf)

<sup>638</sup> Что не так с международной ярмаркой искусств Art Basel?. *Информация из Швейцарии на 10 языках*. 12.06.2019. URL: [https://www.swissinfo.ch/rus/искусство-в-массы\\_что-не-так-с-международной-ярмаркой-искусств-art-basel-/45020528](https://www.swissinfo.ch/rus/искусство-в-массы_что-не-так-с-международной-ярмаркой-искусств-art-basel-/45020528)

небажання молодого покоління купувати оригінали картин, коли простіше і дешевше купити копію, що тиражується, або ж схожу роботу молодого живописця. Однак наявність копій і підробок картин показує, що оригінал має попит, тому не можна обґрунтовувати відсутність інтересу до оригіналів їх копіюванням або тиражуванням. Інше питання полягає в тому, що оригіналів робіт художників багатьох жанрів і техніки виконання стає усе більше, що утворює нові кола шанувальників, збільшуючи «поліцентричність» сучасного образотворчого мистецтва. Таким чином, існує ще одна усталена думка, що увага покупців витворів мистецтва розпорошується, а для художників пробитися на світову арену аукціонів та іменитих галерей для продажу своїх робіт за максимальною ціною стає практично непосильним завданням, попри відносну демократизацію артринку.

Тобто спостерігаємо яскраво виражену картину одного з підходів негативного світосприйняття системи мистецтва сьогодні, в умовах посиленого розвитку глобалізаційних економічних процесів, що ще раз підтверджує існування феномену «боротьби поколінь» в умовах глибоких цивілізаційних змін, однією з причин якого є банальна відсутність системного економічного мислення та розуміння сучасних соціокультурних трендів розвитку і, звичайно, суб'єктивний підхід з позицій беззаперечного власного досвіду.

Водночас деякі автори вказують, що виникає низка розбіжностей між функціонуванням артринку і застосуванням до нього класичної економічної теорії, зокрема: існування так званих «листів очікування» прямо суперечить одній з аксіом *неоліберального ринку*, згідно з якою що будь-хто охочий за наявності необхідної суми може придбати товар, який цікавить його. Попри переконливе значення річної капіталізації ринку мистецтва і загальну тенденцію до її зростання та підвищення вартості робіт, деякі *авторитетні особи в артсфері ратують за те, що розвиток артринку є не що інше, як надування економічної бульбашки, готової лопнути за щонайменшого збою в глобальній економічній системі*. Зокрема, подібної точки зору дотримувався відомий художник Герхард Ріхтер і стверджував, що покупці його робіт «безнадійно безглузді», а причина подібної недалекоглядності, на його думку, приховується в незастрахованості людей від коливань артринку, оскільки він «безнадійно роздутий»<sup>639</sup>. Слід зазначити, що аргументи проти наявності характеристики «бульбашки» щодо артринку ми наводили в попередніх матеріалах.

<sup>639</sup> Денисов, Б. А. Нетрадиционный бизнес: Очерки для непосвященных. М.: Российский экономический журнал, 1997. 95 с.

Отже, реальність така, що з проникненням глобалізації в усі сфери життєдіяльності, як зазначає М.А. Афанасьєва «...поряд з інтеграцією ринків і економік відбувається симбіоз цінностей, у випадку з ринком мистецтва – естетичної та комерційної, і розділити їх більше не можливо. Отримуючи цінник, робота майстра перестає бути відокремленим об'єктом світу мистецтва, вона потрапляє в простір «універсальної мови грошей»<sup>640</sup>.

Проте як би не було в теоретичному дискурсі, на практиці залучення мистецтва до бізнесових процесів є помітним трендом у сучасному світі. У книзі П'єра Гіє де Монту показано<sup>641</sup>, як посилення творчої складової бізнесу може допомогти у створенні ідеальної артфірми, що вироблятиме новітні продукти, уникаючи тих негараздів, які шкодять діяльності звичайних підприємств, зокрема банальності й тоталітаризму. Автор розглядає способи поліпшення мистецької продуктивності й вироблення естетичної вартості, вдаючись до історичних і сучасних прикладів європейських підприємств, що використовують тексти, зображення й інші мистецькі засоби. Інтеграція мистецтва в бізнес-процеси – це новий помітний тренд у західному корпоративному світі, який ще потрібно освоїти в нашій країні.

Уміле використання текстів, зображень, настроїв та інших інструментів мистецтва допомагає компаніям у створенні унікальних пропозицій для клієнтів і примноженні фінансового добробуту. Автор переконливо демонструє, як посилення творчої складової в бізнесі може допомогти у створенні ідеальної компанії – артфірми. Така компанія вмilo використовує методи естетичного менеджменту і метафізичного маркетингу у створенні проривних продуктів, а також успішно відходить від двох головних згубних пасток сьогоденного бізнесу – банальності і масовості. Таким чином, автор здійснює інституалізацію основної одиниці артсфери (артбізнесу) й доводить застосування теорії бізнес-процесів і екосистем у загальній методології вивчення сучасного мистецтва<sup>642</sup>.

<sup>640</sup> Афанасьєва М. А. Трансформация рынка изобразительного искусства в контексте глобальной экономической и культурной интеграции. Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. Т. 4. Ч. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-rynka-izobrazitel'nogo-iskusstva-v-kontekste-globalnoy-ekonomicheskoy-i-kulturnoy-integratsii/pdf>

<sup>641</sup> Гуле де Монто П. Арт-фірма: естетичне управління та метафізичний маркетинг. К.: ArtHuss. 2020. 384 с.

<sup>642</sup> Там само.

Щодо самого поняття артбізнесу: більшість авторів відносять до нього економічну діяльність з оцінювання та поширення предметів мистецтва, що виключає зі сфери артбізнесу різні види і форми діяльності у сфері мистецтва і культури, обмежуючи його предмет діяльністю тільки артефактами зі сфери мистецтва. Натомість прибічники культурних індустрій вважають, що творами мистецтва можуть бути не тільки власне картини, скульптури, предмети декоративно-прикладної творчості, а й продукти сучасних культурних індустрій, що включають досить широкий спектр артпродуктів і послуг. Вважаємо, що останні мають рацію, оскільки саме в контексті концептуальних тверджень культурних індустрій найбільше можливостей для формування екосистем різного типу, що стосуються сфери мистецтва.

Однак щодо кількісних оцінок креативного сегмента виникають складнощі через обмеженість доступних статистичних даних. Так, за даними спільного дослідження Міжнародної конфедерації товариств авторів і композиторів CISAC і аналітичної компанії Ernst & Young, у 2013 р. обсяг світової індустрії візуальних мистецтв склав 391 млрд дол. США. Візуальний напрям, за експертними оцінками, є одним з найбільших за обсягом і абсолютним лідером за кількістю створених робочих місць.

Сьогодні в соціально-економічному просторі глобалізованої системи господарства серед потоку перманентних змін у напрямі отримання конкурентних переваг особливої уваги заслуговує активізація діяльності артінститутів, обумовлена виникненням і поширенням зовсім нових за якістю потреб споживачів. Звідси, їхня конкурентоспроможність визначається здатністю орієнтуватися на клієнта, відповідати тим запитам, які визначає споживач, адже саме він є джерелом реальних доходів. Тому перед артінституціями постає важливе завдання – задовольняти ціннісні очікування споживачів, забезпечуючи при цьому зручність, безперерйне багатоканальне просування товарів і послуг, прозорість, доступність, що потребує значної кількості ресурсів.

У цьому контексті, важливим питанням є не тільки збільшення обсягу інвестиційних ресурсів, але й розподіл наявних ресурсів між напрямками використання, що дозволить забезпечити відповідні значення показників поточної операційної творчої діяльності, її розширення й відновлення на базі різного типу продуктових, технологічних та управлінських інновацій. Це означає, що артфірма як



господарюючий суб'єкт на будь-якому рівні має на основі аналізу ситуації і своїх стратегічних цілей вибрати для себе ту або іншу модель розвитку бізнесу.

Бізнес-модель (БМ) дозволяє досить повно описувати логіку й методи ведення артбізнесу, включаючи організаційно-функціональну й технологічну структуру, взаємодію з посередниками й споживачами, рух грошових коштів, фінансову ефективність та ін. Розробка бізнес-моделі має на меті не простий опис бізнесу, а ідентифікацію та аналіз усіх бізнес-процесів, їхню оптимізацію і розвиток з урахуванням усіх взаємозв'язків. З цих позицій, погоджуємося з визначенням А. Слівотські (А. Sliwotzky), що «модель бізнесу – це те, як фірма вибирає споживача, формулює і розмежовує свої пропозиції, розподіляє ресурси, визначає, які завдання вона зможе виконати своїми силами, а для яких потрібно залучати сторонніх фахівців, як вона виходить на ринок, створює цінність для споживача й одержує від цього прибуток»<sup>643</sup>. Такого типу моделі називають інноваційними бізнес-моделями й ґрунтуються вони на «міграції цінностей». Впровадження такої бізнес-моделі дозволяє знайти новий сегмент споживачів, що не обслуговують наявні на ринку компанії, оскільки для них цей сегмент виглядає недостатньо привабливим. Формування якісно нової пропозиції товару або послуги змінює ланцюжок створення доданої вартості і створює нові цінності для споживача<sup>644</sup>.

Аналіз теоретичних і практичних аспектів показав, що в цей час існує три найбільш задіяні типи інноваційних бізнес-моделей, так звані *еталонні інноваційні бізнес-моделі*: 1) інтеграційна модель – повний контроль творчого процесу задля одержання лівової частки прибутку. Компанії беруть на себе більшу частину інвестицій і, відповідно, ризиків; особливість: значні первинні витрати; 2) модель диригування – започаткована на співробітництві з іншими компаніями на основі системи управління взаємовідносинами або управління мережею партнерів, кожний з яких зацікавлений у найкращих результатах. Диригенти розподіляють ризик і прибуток зі своїми партнерами, але зіштовхуються з небезпекою перетворення партнера в конкурента; особливість: технологічна перевага координатора мережі; 3) модель ліцензування. Усе більше компаній бажають одержувати прибуток від

<sup>643</sup> Сливотски А. Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра. М.: Манн, Иванов и Фер бер, 2006. 175 с.

<sup>644</sup> Сливотски А. Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра. М.: Манн, Иванов и Фер бер, 2006. 175 с.

своїх ідей та інтелектуальних активів, не вкладаючи кошти в комерціалізацію; особливість – володіння технологічним заділом.

Найбільш відомою і популярною для застосування в ролі методичного інструментарію на практиці є так звана «канва» бізнес-моделі<sup>645</sup>, на основі структури якої можна адаптувати своє бачення розвитку бізнес-процесів як системи. Основними перевагами інноваційних бізнес-моделей перед традиційними є інструменти конкурентної боротьби. На відміну від класичних методів, що передбачають новації в одній-двох сферах господарського механізму компанії (наприклад, у цінovій або технологічній політиці), впровадження нових БМ неминуче вносить істотні зміни в більшість його елементів, включаючи вибір цільової потреби потенційного споживача, механізм генерації прибутку й спосіб їхнього стійкого поєднання.

Ці численні новації виступають у ролі множинних «ступенів захисту» від спроб конкурентів скопіювати успішні БМ. Окрім того, оскільки такі новації укладаються в єдину бізнес-модель, вони мають скоординований характер, що забезпечує формування системи захисту від суперників, істотно підвищуючи конкурентну стійкість інноваційних БМ і розширюючи часовий обрій для «зняття вершків» у вигляді підвищеного прибутку. Невипадково аналіз бази даних, створеної на основі регулярно проведених міжнародною консалтинговою фірмою BCG (разом з діловим щотижневиком Business Week) рейтингових оглядів найбільш інноваційних компаній року, показав, що компанії, які впроваджують інноваційні БМ, продемонстрували більш високі показники прибутковості, порівняно з конкурентами за рейтингом, що обмежують свою інноваційну активність впровадженням нових продуктів або технологій. Крім того, успіхи компаній-новаторів у сфері БМ виявились більш стійкими: навіть через десять років вони продовжували випереджати своїх суперників за відповідними показниками. Використовуючи типову «канву» бізнес-моделі, пропонуємо можливий зміст складових бізнес-моделі артфірми (рис. 10.1).

Для досягнення успіху артбізнес має швидко реагувати на виклики зовнішнього середовища й миттєво користуватися перспективами, що відкриваються; залучати нових клієнтів, створювати нові ринки продажів, моделювати нові напрями діяльності, а отже – прогнозувати

<sup>645</sup> Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model. Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley and Sons Ltd, 2010. 288 p.

Інноваційна бізнес-модель	<b>Стратегічні ресурси</b>	Бренд, інтелектуальні активи (компетенції); персональні компетенції; логістичні центри; інформація про споживачів, ринки, збут
	<b>Запропонована цінність</b>	Базова орієнтація – споживач (публіка); значна кількість нових продуктів/послуг; висока динаміка оновлення асортименту
	<b>Основні процеси</b>	Стратегічне співробітництво з учасниками ринку; взаємовідносини з поставачальниками; спільні підприємства для упровадження спільних бізнес-проектів ключові види діяльності партнерів; ключові ресурси, що отримуються від наших партнерів
	<b>Взаємодія з публікою (споживачами)</b>	Персональні контакти; автоматизація обслуговування; надання спеціальних карт; додаткові супутні заходи, взаємодія для спеціальних груп (туризм, креативні групи молоді та ін.)
	<b>Цільові ринки споживачів</b>	Бізнес-проекти (наприклад, освітній проєкт; спеціалізовані служби роботи з професійними клієнтами – представниками різних видів бізнесу; government relations – відносини з урядовими структурами); інтернет-платформи
	<b>Канали розподілу (збуту) ціннісних пропозицій</b>	Оптимізація процесів, пов'язаних з ланцюжком поставок ( <i>Supply Chain</i> ); оптимальні системи закупівель; допоміжні сервісні компанії (європейські поставки, імпорт, міжнародний кліринг, логістика, інформаційні технології; онлайн-сервіс); <i>e-marketplace</i> ; <i>e-procurement</i>
	<b>Структура витрат</b>	Висока частка затрат на інноваційні розробки; придбання сертифікатів; фонд підтримки ініціативних розробок; зниження обсягу роботи на складах; високозатратні види операційної діяльності
	<b>Потоки надходження доходів</b>	Ефективна логістика; продаж активів/товарів; плата за користування; оренда/лізинг/рента; ліцензії; реклама; online транзакції; продаж послуг партнерам; ефективне управління довгостроковими активами; скорочення тривалості операційного циклу

**Рис. 10.1.** Складові інноваційної бізнес-моделі артфірми (приклад)

*Джерело: авторська розробка.*

майбутнє. Дослідження показують, що еволюція становлення успішних компаній ґрунтується на логічному системному підході до розвитку бізнес-систем, враховуючи усвідомлені закономірності розвитку бізнес-моделей, аналізуючи ефективність власної бізнес-моделі та розуміючи стратегію конкурентів, що дозволяє знаходити ніші

високого прибутку; впроваджувати інноваційні бізнес-моделі й ефективно управляти ними.

Важливою складовою сучасного артбізнесу в межах творчих індустрій є створення потоків виробництва цінностей для кінцевих споживачів. Під бізнес-процесом американські вчені М. Робсон і Ф. Уллах запропонували розуміти процес передачі виробничих завдань від одного працівника до іншого, під час якого створюється додана вартість у вигляді цінностей<sup>646</sup>. Таке розуміння збігається з тлумаченням класиків теорії бізнес-процесів і реінжинірингу М. Хаммара, Дж. Чампі та Т. Девенпорта<sup>647</sup>. Проте, на відміну від бізнес-процесів у виробничо-економічних системах, в артсфері, на думку авторів<sup>648</sup>, бізнес-процес може мати варіативний характер, зокрема він може мати складну структуру, у межах якої він складається з побічно пов'язаного з артбізнесом творчого процесу, детермінованого самореалізацією особистості людини у творчості в артсередовищі, і процесу комодифікації створеного артоб'єкта, що трансформується під впливом технологій комодифікації в артпродукт. Окрім того, він може спочатку замислюватися як артпродукт, тобто бути призначеним для ринку артоб'єктів і артпослуг, а визначальними детермінантами творчого процесу будуть вимоги споживачів і посередників артринку. Водночас бізнес-процес буде інтегрованим, оскільки комодифікація артпродукту вбудована в усі його етапи. У першому випадку процес творчості, ще не запрограмований на кінцеву комерційну мету щодо реалізації артпродукту, характеризується такими системними властивостями, як: 1) творча асиметричність, обумовлена розбіжністю творчого задуму і створеного артоб'єкта; 2) рефлексивність, яка супроводжує творчий процес на всьому шляху від задуму до кінцевого виконання артоб'єкта; 3) відкритість, обумовлена творчою багатоманітністю процесу створення артоб'єктів; 4) діалогічність, яка відображає комунікативну природу артоб'єкта як предмета діалогу між творцем артоб'єкта і цільовою аудиторією. Саме у другому випадку

<sup>646</sup> Робсон М., Уллах Ф. Реінжиніринг бизнес-процессов: практическое руководство. М., 2003.

<sup>647</sup> Хаммер М., Чампи Дж. Реінжиніринг корпорации: манифест революции в бизнесе. М., 2011; Davenport Th. H. The coming commoditization of processes. Harvard Business Review. 2005. № 83 (6).

<sup>648</sup> Кудинова А. В., Морозов С. А. К проблеме концептуализации арт-бизнеса и арт-капитала. Культурная жизнь Юга России. 2019. № 2 (73). С. 67-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-kontseptualizatsii-art-biznesa-i-art-kapitala>

процес творчого створення артпродукту ґрунтується на концепції мультиатрибутивного товару, розробленого М. Фішбайном і Ж.-Ж. Ламбеном<sup>649</sup>, що включає ядерну послугу або основну функцію і периферійні послуги (або додані функції) та атрибути (або вигоди, які шукає покупець – дійсні або побічні користувачем). У результаті арт-бізнес-процесів і створення артпродуктів (артпослуг) відбувається генерування і асиметричний розподіл різних форм капіталу<sup>650</sup>.

З огляду на все сказане, автори припускають<sup>651</sup>, що різні форми створеної вартості в продуктах артвиробництва – від матеріального втілення творчих задумів до емоційно-експресивних форм впливу на свідомість потенційних цільових аудиторій – утворюють синкретичну форму капіталу – арткапітал, який містить у собі як матеріалізовані об'єкти – продукти художньо-творчої діяльності (від творів мистецтва до віртуальних продуктів творчих розробок), так і символічні форми, обумовлені рефлексією з приводу творчої діяльності, яка продукує емоції і оціночні судження, детерміновані людським, культурним капіталом і соціальним капіталом. Арткапітал генерується в процесі артвиробництва, є частиною культурного і людського капіталу, може бути трансформований у фінансовий капітал у межах процесів соціальних трансферів. Виокремлення арткапіталу як специфічної форми капіталу дозволяє пов'язати воедино артвиробництво, артринок і споживачів артпродукції<sup>652</sup>. Зазначену концепцію також можна вважати методологічною основою для розроблення методології та практики екосистем мистецтва.

Важливо також розуміти логіку виробництва художнього продукту. У сучасному культурному процесі будь-який продукт (текст, картина,

<sup>649</sup> Ламбен Ж. Ж., Чумпитас Р., Шулінг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / [пер. с англ. И. И. Малкова]. 2-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2018. 927 с.

<sup>650</sup> Кудинова А. В., Морозов С. А. К проблеме концептуализации арт-бизнеса и арт-капитала. *Культурная жизнь Юга России*. 2019. № 2 (73). С. 67-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-kontseptualizatsii-art-biznesa-i-art-kapitala>

<sup>651</sup> Кудинова А. В., Морозов С. А. К проблеме концептуализации арт-бизнеса и арт-капитала. *Культурная жизнь Юга России*. 2019. № 2 (73). С. 67-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-kontseptualizatsii-art-biznesa-i-art-kapitala>

<sup>652</sup> Кудинова А. В., Морозов С. А. К проблеме концептуализации арт-бизнеса и арт-капитала. *Культурная жизнь Юга России*. 2019. № 2 (73). С. 67-75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-kontseptualizatsii-art-biznesa-i-art-kapitala>

театральна постановка або музичний твір) проходить три основні стадії, що пов'язують його виробництво і споживання (використання). Створення культурного продукту (твори) здійснюється художником або є елементом спадщини. Потім цей продукт стає предметом менеджменту в організаціях культури (або проєктах) і зустрічається з публікою в умовах, що формуються менеджерами. Нарешті, завдяки сучасним медійним технологіям і методам трансляції та тиражування (поліграфія, звукозапис, відео, радіо, телебачення, мультимедіа, Інтернет), культурний продукт, як правило, у трансформованому вигляді стає надбанням ще ширшої аудиторії. Саме наявність третьої, медійної стадії (принаймні як можливості) є тією відмінною рисою нашого часу, яка змушує говорити про креативні індустрії, а не просто про культуру і мистецтво. Завдяки появі медійних технологій культурний продукт існує, як мінімум, у двох видах, наприклад, як пісня в живому виконанні і як телевізійний кліп. І це має величезні наслідки – економічні, соціальні і культурні. З другого боку, медійний простір – це лише оболонка. Художники, які працюють у медійних технологіях, здебільшого інтерпретатори або віртуальні дизайнери і архітектори, що влаштовують саме медійний простір, подібно до того як художники і архітектори минулого влаштовували простір музею або театру. У підсумку, успіх творчого/креативного товару як будь-якого іншого товару або послуги ґрунтується на необхідності задоволення споживчих очікувань, емоційних, духовних, естетичних та інших потреб клієнтів. Креативні технології, засновані на використанні креативних ідей, нестандартного мислення, методу парадоксів, «свідомого марення», незвичайних асоціацій, символів, метафор, зміни перспектив, методів бренд-маніфесту, мозкового штурму, пінг-понгу і т.ін. можуть бути присутніми практично на всіх напрямках сервісу<sup>653</sup>. Зазначене підтверджує нашу думку про те, що говорити про сутність сучасних художніх процесів на артринку можна лише в контексті розгляду їх в ролі бізнес-процесів в артсередовищі, що є як окремою екосистемою (внутрішньою), так і складовою соціально-економічного простору – екосистемою вищого порядку. Придбання творів мистецтва і вкладання інвестицій у роботи художників автоматично провокує

<sup>653</sup> Коноплева Н. А., Метляева Т. В., Ткаченко Е. В. и др. Теоретико-методологические основания креативных технологий в сервисе. Международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 4 (11). Ч. 3. С. 103-107. URL: <https://research-journal.org/culture/teoretiko-metodologicheskie-osnovaniya-kreativnyx-technologij-v-servise/>

формування величезної індустрії, що належить безпосередньо до створення продукту. Художники отримують попит, створюється потужне робоче середовище і умови. Коли ринок перебуває в такому процесі формування, де попит перевищує пропозицію – середовище є цілком сприятливим для різних стартапів<sup>654</sup>. Стартап, галерея, аукціонний будинок також вважаються формою екосистеми.

---

Колекція модерністського і сучасного мистецтва галереї Tate, представлена в чотирьох локаціях Великобританії (Tate Modern і Tate Britain в Лондоні, Tate St Ives і Tate Liverpool), є серцем культурного життя. Концепція, формат взаємодії менеджерів, кураторів, художників і філантропів – усе це забезпечило лідерство Tate у світовій артіндустрії. Сьогодні практично кожна тимчасова виставка галереї Tate стає блокбастером, і багато цінителів мистецтва летять до Лондона тільки для того, щоб побачити конкретну виставку. Наприклад, у 2020 р. у Tate Modern відкрито виставку, присвячену Енді ворхолу. Уперше зроблена ретроспектива його робіт через призму особистої драми, походження «from the middle of nowhere», релігійність, його відносини з мамою – те, що впливало на формування цього художника. Куратори виставки Грегор М'юїр і Фіонтан Моран їздили на батьківщину батьків Ворхола в сучасну Словаччину для накопичення матеріалу. Виставці передували кілька років дослідницької роботи. У музейних фондах Tate Modern налічується тисячі творів різних жанрів як британського, так і міжнародного мистецтва починаючи з 1500 років. Фонди поповнюються кількома шляхами: купівля робіт, дарування робіт безпосередньо музею художниками, колекціонерами та їхніми сім'ями. Поповненням фондів займаються комітети, які спеціалізуються на мистецтві різних регіонів світу. На сьогодні існує сім комітетів, включаючи північно-американський. Участь у комітеті передбачає тісну співпрацю з кураторами, вироблення стратегій, пошук цікавих робіт і художників, а також участь у дискусіях та обговореннях. Оскільки мова йде про світову культурну спадщину, усі члени комітетів постійно нарощують свою експертність: читання літератури, галузевих видань, взаємодія з учасниками артіндустрії, відвідування міжнародних артфорумів, ярмарків<sup>655</sup>.

---

<sup>654</sup> Искусство как форма бизнеса. *Business Story*. 2020. URL: <https://businessstory.ru/iskusstvo-kak-forma-biznesa/>

<sup>655</sup> Коршун А. Работы Сони Делоне, Казимира Малевича и Ильи Репина в британском Tate хранятся как украинское культурное наследие. *Mimco*.



Таким чином, щоб розуміти сучасний стан розвитку артринку, необхідно усвідомити різницю між сучасною творчістю і сучасним мистецтвом, її можна охарактеризувати як екосистему. Будь-яка творчість може стати екосистемою – така екосистема є і навколо сучасного мистецтва, яка безпосередньо залежить від стану сформованих інституцій та інфраструктури ринку. Ось як пропонує розглядати «екосистему ринку мистецтва» Д. Белькевич (рис. 10.2). На його думку,

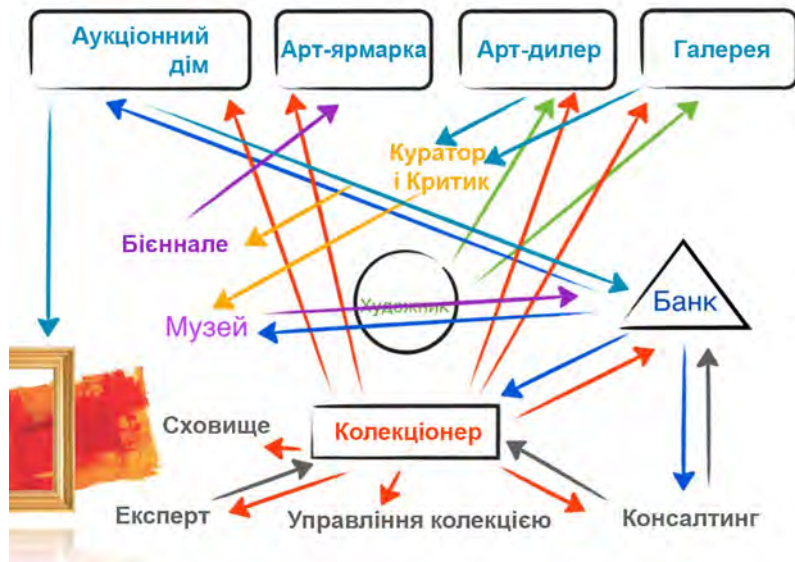


Рис. 10.2. Екосистема ринку мистецтва за Д. Белькевичем<sup>656</sup>

«... вона описує міжнародний ринок, але потрібно розуміти дві речі: будь-який український колекціонер рано чи пізно вийде на зовнішній ринок, і ці знання необхідні; по-друге, якщо про це не говорити вголос, екосистема українського ринку не з'явиться ніколи. Це те, до чого ми маємо прагнути. Головне, що говорить інфографіка: ринок мистецтва не може існувати без колекціонера, художника і відкритої інформації

15.07.2020. URL: <https://mitec.ua/anna-korshun-raboty-soni-delone-kazimira-malevicha-i-ili-repina-v-britanskom-tate-hranyatsya-kak-ukrainskoe-kulturnoe-nasledie/>

<sup>656</sup> Белькевич Д. Online-лекція «Екосистема арт-ринку». Facebook. 11.04.2020. URL: <https://m.facebook.com/events/international-art-management/online-лекція-екосистема-арт-ринкуденис-белькевич/737587016777642/>

про тих і інших. Мені дуже хочеться, щоб у підсумку колекціонери відчували себе головними дійовими особами (разом з художниками) у світі мистецтва. Адже це правда, але багато організацій не дають їм це відчутти. Хоча, по суті, вони – усього лише посередники між художником і колекціонером»<sup>657</sup>.

---

*Київський архітектор і колекціонер Андрій Супруненко:* ... Треба спочатку вибрати, якому ринку відповідати. Якщо в основі діяльності споживчий ринок – робота виключно під вимоги замовника, тоді це найгірший варіант. Те, що відрізняє наше професійне середовище, пов'язане з мистецтвом, від зарубіжного. Там, крім держави, яка теж бере якусь участь, є приватні фонди, що фокусуються на немейнстрімових авторах. Є галереї, що відбирають з різноманіття кращі роботи. Є аукціонні будинки, які практично чесно працюють. Нарешті, є колекціонери, вони дуже багато купують. Тому за кордоном є якийсь рух. Ще потрібно додати, що там є професійного рівня критика. І є соціально замовлене мистецтво. Важко уявити собі якийсь офіс у зарубіжній цивілізованій країні, де на вході вас не зустрічав би шикарний букет квітів, кілька художніх робіт хорошого рівня, скульптура і т.ін. Без цього в принципі вже ніщо не функціонує.

У нас по-іншому. У нас немає соціального замовлення. Тому і з ринком важко. У цьому випадку наші художники перебувають на безлюдному острові в океані, у них немає цих інструментів і їм складно зрозуміти, чому потрібно відповідати. Якщо згадати, наприклад, якихось самобутніх художників, які злітали, спалахували, як бенгальський вогонь, і горіли тривалий час, там мав значення випадок. Цей ринок працює на 100%. Він вихоплює серйозного художника, там люди бачать. Але знову ж таки – це триумфірат: критика, колекціонер і галерист. У цьому плані нашим художникам зовсім несолодко. Хоча у них є Інтернет»<sup>658</sup>.

---

На жаль, феномен концепції екосистеми мистецтва все ще перебуває на стадії науково-методологічного дослідження та вироблення відповідного методичного інструментарію. Тому скористаємось роз-

---

<sup>657</sup> Я – единственный арт-финансист в стране, и это плохо: интервью с Денисом Белькевичем. *Maincream*. 2020. URL: <https://maincream.com/ru/category/interviews/251/a-edinstvennyj-art-finansist-v-strane-intervyu-s-denisom-belkevichem>

<sup>658</sup> Екосистема современного искусства. Портал Archi. 2020. URL: <https://www.archiblog.com.ua/person/ekosystem-modern-art/>

криттям концепції інноваційної екосистеми (ІЕС), яка сьогодні від стадії пізнання та ідентифікації переходить до практичної реалізації. Огляд наукової літератури показує, що термін «інноваційна екосистема» (ІЕС) останніми роками набуває поширення як об'єкт дослідження учених різних країн<sup>659</sup> та все ширше входить в офіційні документи країн і організацій<sup>660</sup>. Проте, попри суттєвий внесок учених у розроблення теоретичних положень і практичних рекомендацій у досліджуваній сфері, визначення ролі учасників інноваційного процесу тривалий час зводилось лише до опису сутності самого поняття, окремих факторів і причин його виникнення. Однак останніми роками термін «екосистема» все більше вживається для характеристики різних систем бізнесу, зокрема і до артбізнесу.

Вважається, що саме поняття «екосистема»<sup>661</sup> запозичене економістами з біології (разом з поняттям «екологія»). В економічному контексті обидва терміни застосовуються в сполученні у межах екосистемного підходу і розглядаються як концепції, що описують еволюцію характеру взаємодій економічних агентів, моделей їхньої інноваційної активності та їхніх взаємовідносин із середовищем функціонування<sup>662</sup>. Хоча термін «інноваційна екосистема» усе ширше входить в офіційні документи країн і організацій, він не має однозначного тлумачення: представники різних галузей науки описують такі екосистеми по-своєму. Зокрема, з позицій соціального підходу

<sup>659</sup> Смородинская Н. В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста. *Инновации*. 2014. №7. С. 27-33; Bramwell A., et al. *Growing Innovation Ecosystems: University-Industry Knowledge Transfer and Regional Economic Development in Canada*. University of Toronto. Final Report. May 15, 2012; Edquist C. *Systems of Innovation: Perspectives and Challenges*. J. Fagerberg, D. Mowery, R. Nelson (Eds.). *Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press, November 2005.

<sup>660</sup> Washington Economic Development Commission Strategy 2009; World Economic Forum. *Global Competitiveness Index, 2010-2012; 2013*.

<sup>661</sup> Екосистема або екологічна система (від греч. *oikos* – житло, місцеперебування й система), природний комплекс (біокосна система), утворений живими організмами (біоценоз) і середовищем їхнього перебування (наприклад атмосфера, ґрунт, водойми й т.ін.), пов'язаними між собою обміном речовин і енергії. «Екосистема» є одним з основних понять екології, що застосовується до об'єктів різної складності й розмірів.

<sup>662</sup> Mercan B., Goktas D. *Components of Innovation Ecosystems: A Cross-Country Study*. *International Research Journal of Finance and Economics*. 2011. Vol. 76.

екосистема – це стійкі зв'язки між людьми, організаціями та їхніми рішеннями, що виникають на основі спільного бачення (shared vision) стосовно бажаних перетворень<sup>663</sup>. Екосистеми можуть формуватися за різноманітними об'єднуючими принципами (від географічного й політичного до виробничого й екологічного), а також на різних рівнях – від локального (усередині організацій, компаній, кластерів, стартапів) до глобального, тобто скрізь, де виникають стійкі взаємозв'язки й спільне бачення учасників інноваційного (творчого) процесу.

Заслуговує також на увагу концепція підприємницької екосистеми (ПЕ), уперше викладена в роботі<sup>664</sup>, що виходить з уявлення про підприємництво як про сукупність взаємозв'язків і взаємодій агентів ділового середовища й визначається інституційним, інформаційним і соціально-економічним контекстом. У підприємницьких екосистемах можна виокремити загальні базові елементи, пов'язані з відповідними групами факторів, зокрема, доступні ринки; людський капітал (кадровий потенціал); освіта і професійне навчання; культурний контекст; механізми фінансування; регуляторні межі; доступність базової інфраструктури; великі університети в ролі каталізаторів<sup>665</sup>.

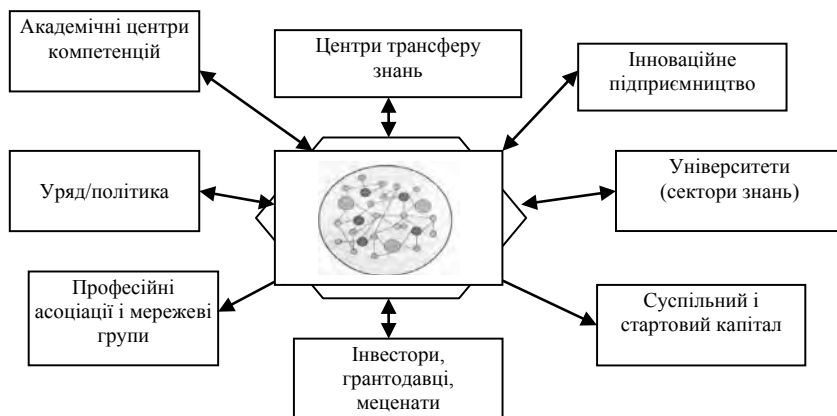
Загалом оцінка зазначених тлумачень сутності екосистем дозволяє зробити висновок про їх універсальний характер щодо рівня формування та розвитку: охоплює різні рівні структури господарюючої системи (на відміну від попередніх типів інноваційних систем, що мають конкретні межі) та передбачає їх інтегрований взаємозв'язок. Причиною тому є сучасна інтерактивна модель інноваційного процесу, що започатковується на принципах мережевого механізму та мережевої організації науково-технологічної та інноваційної діяльності. Теорія мереж є одним з методологічних підходів, що використовується у дослідженні ІЕС. Це мережа, учасниками якої є осно-

<sup>663</sup> Russell M. G., et al. Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration. *Triple Helix IX International Conference*. Stanford, 2011.

<sup>664</sup> Moore J. F. Predators and prey: A new ecology of competition. *Harvard Business Review*. 1993. Vol. 71. No. 3. Pp. 75-86.

<sup>665</sup> Foster G., Shimizu C., Ciesinski S., Davila A., Zahoor Hassan S., Jia N., Plunkett S., Pinelli M., Cunningham J., Hiscock-Croft R., McLenithan M., Rottenberg L., Morris R., Lee D. (2013). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics*. Geneva: World Economic Forum; Isenberg D. *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: Principles for cultivating entrepreneurship*, Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. Babson Park, MA: Babson College, 2011.

вні суб'єкти інноваційного процесу (університети в особі розроблювачів і дослідників, венчурні компанії, маркетологи, підприємці та ін.), а також різні другорядні учасники (аудиторські й консалтингові агентства та ін.). Таким чином, компоненти екосистеми – складові мережі, які з'єднані між собою за допомогою формальних або неформальних домовленостей – «правил гри». Слід зазначити, що особливості інноваційних екосистем багато в чому залежать від характеру й просторової конфігурації інноваційного процесу (рис. 10.3).



**Рис. 10.3. Структурна модель інноваційної екосистеми**

*Джерело: адаптовано за <sup>666</sup>.*

Звідси, *екосистема* сфери мистецтва (артбізнесу) – це сукупність організаційних, структурних і функціональних компонентів (інституцій) та їх взаємовідносин, задіяних у процесі створення та застосування творчих продуктів (витворів мистецтва), що визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови художнього процесу та забезпечують розвиток художньої діяльності як на рівні окремих арторганізацій, так і на рівні регіону та країни загалом за принципами самоорганізації. Продуктивність і результативність формування екосистем мистецтва на практиці обумовлена можливістю збільшення числа суб'єктів творчого процесу й кількості зв'язків між ними, що безпосередньо впливає на рівень розвитку (зрілості) творчих утво-

<sup>666</sup> Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативна економіка: досвід та напрями розбудови. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», Львів, 2017. 420 с.

рень різних типів (регіональних, секторальних, корпоративних та ін.) і ефективність взаємодії в них, що приводить до нагромадження потенціалу й появи можливостей для ведення творчої мистецької діяльності.

Уже сьогодні завдяки розвитку інтернет-технологій основними осередками артбізнесу як основи креативної економіки стають численні малі групи, що поєднують у гнучкій мережі виробників, споживачів і посередників задля створення мистецького продукту і нових цінностей у межах чергового спільного проєкту.

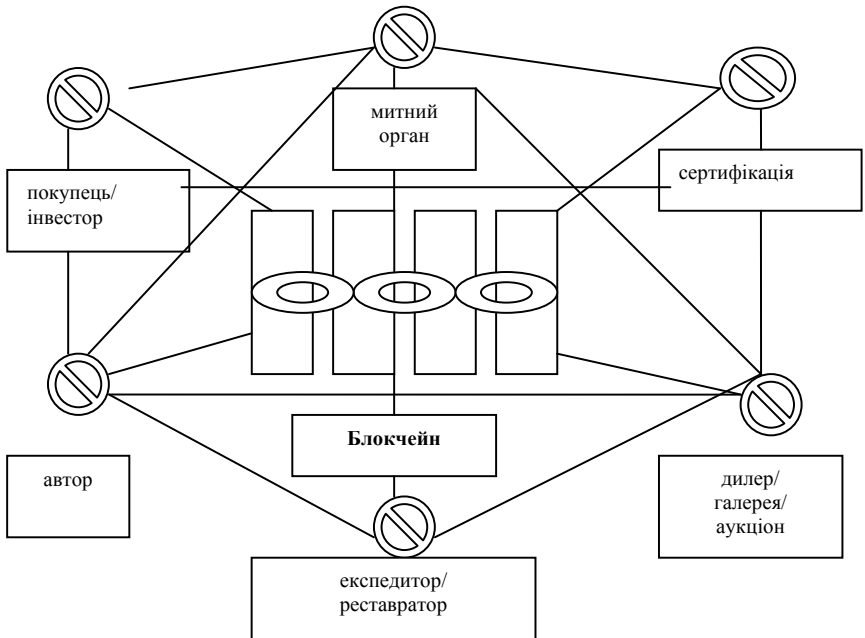
Останніми роками великий розвиток отримали інновації третього типу на основі платформ (екосистем). Платформні фірми демонструють великі конкурентні переваги над фірмами на традиційних бізнес-моделях. Вони швидко ростуть і поширюються в різних галузях бізнесу (телекомунікації (Google, Apple); «розумні» міста, будівлі, квартири з використанням Iot (інтернету речей) – фірма Schneider Electric); банкінг (Bank of New York Mellon), продажу (Алібаба (B2B), Амазон (B2C)), охорону здоров'я (фірма Kaiser Permanente); перевезення (Uber) та ін. Здебільшого сьогодні все ще має місце лінійна модель економічних відносин на артринку, яка справедливо вважається неефективною і непрозорою для учасників:

**Автор → сертифікація → експедитор → митний орган → дилер/галерея/аукціон → покупець**

Тому заслугоує на увагу розроблена «Делойт» концепція Provenance & Traceability (Історія походження і відстеження)<sup>667</sup>, яка усуває недоліки цієї моделі за допомогою створення цифрових двійників і зберігання всієї історії транзакцій в блокчейні (рис. 10.4).

Це рішення дозволяє координувати і відстежувати взаємодію всіх зацікавлених сторін, а також може бути доповнене будь-яким функціоналом (інвестування групою учасників, спонсорство, депонування, використання давачів IoT і геолокації, токенизація і т.ін.). Модель з використанням блокчейна підвищує ефективність і надійність процесів. Зокрема, рішення Provenance&Traceability використовується для перевірки автентичності та аудиту, що значно підвищує прозорість, надійність і безпеку всіх взаємодій між сторонами угоди. Дані публікуються в блокчейні і доступні користувачам для перегляду в мережі. Водночас дотримується конфіденційність даних. Далі наводимо переваги пропонуваної екосистеми для кожного з її учасників:

<sup>667</sup> Інвестиції в искусство | Art & Finance. Deloitte. 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/tax/deloitte-art-and-finance-ru.pdf>



**Рис. 10.4. Мистецтво і блокчейн. Екосистема**

*Джерело:* <sup>668</sup>.

*Артдилер/артгалерея/аукціонний будинок*

- прозорість всієї історії будь-якого твору мистецтва, починаючи з його створення; спрощені перевірка, продаж і отримання пожертвувань;

*Агентство із сертифікації*

- сертифікат видно всім і прив'язаний до цифрових двійників; сертифікат неможливо підробити; доказ автентичності та прав власності; можливість депонування твору мистецтва;

*Автор*

- інформація про місце розташування твору мистецтва в режимі реального часу; передача тимчасового або безстрокового права володіння за допомогою цифрового двійника; розширені можливості продажу;

<sup>668</sup> Інвестиції в мистецтво | Art & Finance. *Deloitte*. 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/tax/deloitte-art-and-finance-ru.pdf>



### *Експедитор/реставратор*

- участь у створенні історії твору; прозорість всієї історії будь-якого твору мистецтва, починаючи з його створення; опція спільного інвестування, купівлі;

### *Митний орган*

- доступ до інформації про сертифікати і права на володіння; участь у створенні історії пересування;

### *Аудитор*

- спрощений аудит – уся історія та інформація про сертифікати в цифровому вигляді; актуальні записи про сертифікати в режимі реального часу.

Таким чином, екосистеми є і напрямом, і фактором економічного розвитку, підриває позиції фірм на традиційних бізнес-моделях. Вивченню економічних екосистем присвячено низку робіт<sup>669</sup>.

Підсумовуючи, слід зазначити, що екосистеми мають кілька особливих характеристик:

(1) екосистеми зазвичай координуються одним центром (hub), який встановлює більшість правил, однак усі підприємства, які підключаються до певної екосистеми, зберігають значну автономію в ціноутворенні і дизайні;

(2) в екосистемах усі учасники зберігають контроль над своїми активами і власністю;

(3) екосистеми вимагають великої координації;

(4) в екосистемах кінцеві споживачі можуть купувати продукт або послугу різними способами, вибираючи різні компоненти, що надаються учасниками екосистеми;

(5) в екосистемах присутність одного продукту або послуги підвищує цінність іншого продукту або послуги і навпаки;

(6) екосистеми можуть надавати кінцеві продукти і послуги без вертикальної інтеграції або структур управління – координація без ієрархічного управління;

<sup>669</sup> Dawson A, Hirt M, Scanlan J. The economic essentials of digital strategy. *McKinsey Quarterly*. 2016. V. 3. March. Pp. 45-49; Ander R. Match your innovation strategy to your innovation ecosystems. *Harvard Business Review*. 2006. Vol. 84. Pp. 98-107; Ander R., Kapoor R., Value creation in innovation ecosystems: How structure of technological interdependence affect firm performance in new technologic generations. *Strategic Management Journal*. 2010. V. 31. P. 306-333; Marshall W. V. A., Parker G. G., Choudary S. P. Pipelines, Platforms, and the New Rules of strategy. *Harvard Business Review*. 2016. Vol. 65. Pp. 89-101; Чаудари П. С, Альстайн М., Паркер Дж. Революція платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставит их работать на вас. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 304 с.

(7) екосистеми зазвичай є результатом запланованих експериментів і проектування. Потужні фірми, які планують стати центрами екосистеми (hub), розробляють правила або процеси і вимагають від фірм-комплементорів дотримуватися їх;

(8) екосистеми не безкоштовні. Вхідження до екосистеми передбачає певні витрати. Вартість вхідження гарантує, що підприємства, які приєдналися, не можуть легко покинути екосистему і знову повернутися в неї.

Таким чином, аналіз еволюції становлення і розвитку теорії інноваційних екосистем показує, що ця теоретична концепція виникла в межах сучасної економічної науки далеко не раптово. Її формування стало логічним продовженням застосування дослідниками принципів загальної теорії систем у процесах дослідження соціально-економічного розвитку, а також визнання ученими-економістами інновацій, креативності і технологічного розвитку основними ендогенними чинниками економічного розвитку.

Здійснені системні дослідження дозволяють констатувати, що в Україні на сьогодні є достатня кількість мистецьких ініціатив, що реалізуються у формі спеціальних креативних проєктів (артпроєктів) у сфері актуальних видів мистецтв, створюються нові інституції (в основному за рахунок зарубіжної підтримки), такі як креативні хаби, креативні платформи й т.ін. Набирають популярності питання створення креативних кварталів і креативних кластерів. Сутність цих заходів полягає в тому, щоб сконцентрувати в одному місці (районі) як можна більшу кількість креативних людей, створюючи для них сприятливі умови для розкриття можливостей самореалізації. Таким чином створюється місце з «творчою атмосферою», яке згодом стає популярним і модним, на нього починають звертати увагу інвестори і великі девелопери.

Водночас важливо встановити, що культурні (творчі) організації і бізнес-структури також мають обов'язок, аби розуміти їхню роль в екосистемі і об'єднувати стратегічні акції, щоб підживити та посилити<sup>670</sup>. Наприклад, пропонується для розуміння екосистеми сучасного мистецтва зобразити її схематично у вигляді піраміди з трьома рівнями, де на низовому рівні так звані «вхідні фірми, що

<sup>670</sup> Hernández-Acosta J. Understanding «Cultural Ecosystems» in Creative Industries Policies. encatsSCHOLAR. 2015. URL: <http://site.transit.es/encatscholar/?p=1013>

складаються переважно з індивідуальних художників і організацій у сегментах навчання, виробництва, і зберігання в ланцюзі значення артбізнесу, їх основна мета – виробляти або зберігати художні товари і твори. Їх дії мало пов'язані з економікою, ці сектори часто працюють на проектній основі й залежать від стимул-реакцій, бюджетного фінансування, або субсидій. На другому рівні – конкурентоспроможні фірми – це організації або компанії, що діють безпосередньо у сфері артбізнесу: традиційні мистецтва, розваги та інші креативні індустрії. У багатьох випадках, ці організації конкурують у ринковій економіці і отримують прибуток від послуг для приватних акціонерних компаній або через продаж товарів і послуг кінцевим споживачам. Інколи вони звертаються до урядових фондів, аби розвивати специфічні проекти, хоча зазвичай просять підтвердити їх дії через субсидії. І третій рівень – фірми High-impact – це ризиковані підприємства, які здійснюють економічну діяльність через продаж художніх товарів і послуг для місцевих і міжнародних ринків. Ці творчі проекти інколи мають безпосередню пряму участь в економічному процесі через доходи і зайнятість, просуваючи місцеве і міжнародне розпізнавання місцевого бренду. Деякі з них підтримують багатонаціональні компанії і отримують вигоду з цифрових бізнес-моделей<sup>671</sup>. Найважливішим механізмом у створенні екосистеми є формування мистецької інфраструктури – інституцій, що дозволяють встановити зв'язки між окремими елементами зазначеної системи через взаємодію, в умовах якої формуються економічні механізми, що сприяють найбільшому задоволенню попиту (потреб) у продуктах мистецтва (витворах мистецтва).

Загалом екосистемний підхід до формування артбізнесу й, відповідно, артринку має започатковуватись на таких принципах: по-перше, чітке розуміння потреб художніх інституцій, що діють на відповідній території (у регіоні); по-друге, аналіз («інвентаризація») потенціалу інститутів (освітніх закладів, приватних і суспільних мистецьких центрів); по-третє, прозорість серед різних агентств, що підтримують місцеву екосистему (консалтингові фірми, маркетингові агенції, фонди фінансування та ін.). У епіцентрі цього підходу – зміна парадигми від традиційної адміністративної підтримки до культури, спрямованої на розбудову нових типів поведінки й інструментів реалізації загальних цілей.

Одним з основних завдань створення екосистеми мистецтва, як ми вже зазначали раніше, є об'єднання зусиль усіх її агентів (інс-

<sup>671</sup> Там само.

титуцій) для залучення інвестицій, які б сприяли розвитку не лише вітчизняного артринку, але й завоюванню ніші на міжнародному артринку. «Само по собі сучасне мистецтво жодної з країн не може бути цікавим без історичної культурної бази. Чим вона потужніша і автентичніша, тим більше шансів у її послідовників. А інструменти при цьому звичайні: від написання наукових робіт з українського мистецтва іноземними студентами та розміщення каталогів і альбомів на полицях світових музейних магазинів, до виставкової роботи з підтримкою інтернаціональних ЗМІ. Адже ніщо так не провокує зростання інтересу і рівня колекціонерів в нашій країні, як інтерес до українського мистецтва міжнародного співтовариства»<sup>672</sup>. «Забезпечивши українське мистецтво показниками інвестиційної привабливості, є шанс щорічно розміщувати його в міжнародних артфондах на суму понад 3 млн дол...»<sup>673</sup>.

Звичайно, важливу роль в екосистемі мистецтва має займати держава, виконуючи насамперед свої функції, закріплені в Конституції. На питання, яким має бути довершений прояв культурної політики в Україні? Чого не вистачає сучасному художньому процесу? Тіберій Сільваші зазначає: «Бадью стверджує, що є тіла і мови, є й істини. Процес продукування істин проходить у мистецтві, коханні, науці, політиці. І є культура. Як середовище, що пов'язує ці процедури. Якщо культура, як середовище зв'язку, не розвивається, тим паче знищується, то самі процедури виробництва істин деградують. Деградує й економіка. Вона почне працювати лише тоді, коли будуть створені сприятливі умови для зв'язків усіх чотирьох точок продукування істини і їхньої збалансованої роботи, а для цього необхідно створити умови для середовища, що налагоджує їхній взаємозв'язок. Тобто першочергово для культури варто нарешті створити не окремі інститути й інституції, а умови для цього зв'язку»<sup>674</sup>. Якщо розглядати

<sup>672</sup> Денис Белькевич: «Один нигерийский аукцион искусства дает больше, чем все наши за 5 лет». *Дайджест Platfor.ma*. 2018. URL: <https://projects.platfor.ma/belkeviya-denis/>

<sup>673</sup> Я – единственный арт-финансист в стране, и это плохо: интервью с Денисом Белькевичем. *Maincream*. 2020. URL: <https://maincream.com/ru/category/interviews/251/a-edinstvennyj-art-finansist-v-strane-intervu-s-denisom-belkevicem>

<sup>674</sup> ART NOW: Тіберій Сільваші. Про філософський живопис, безжалну ринкову систему та кризу антропоцентризму. *Art Ukraine*. 26.10.2018. URL: <https://artukraine.com.ua/a/art-now-tiberiy-silvashi-pro-filosofskiy-zhivopis-bezhalnu-rinkovu-sistemu-ta-krizu-antropocentrizmu/#.XvcGPSgzZPZ>

поняття «екосистема мистецтва», яка передбачає формування горизонтальних відносин у межах реалізації інтерактивного художнього процесу, де в основу формування зон творчого розвитку покладено створення спеціалізованих структур, функціонування яких спрямоване на підтримку мистецької діяльності, то для їхнього позначення використовується категорія «інфраструктура артбізнесу».

В умовах постіндустріального суспільства інфраструктура – це основна складова підтримуючого середовища, на базі якого формуються екосистеми різного рівня. До її складу входять: матеріально-технічні об'єкти; система фінансової підтримки; інфраструктура сервісів і компетенцій, що спеціалізується на наданні послуг інститутам артбізнесу; інформаційні системи, які забезпечують взаємодію обмін даними між учасниками екосистеми. Сьогодні застосовується термін «м'яка інфраструктура», що узагальнює усі інституції, які необхідні для підтримки стандартів життя сфери мистецтва. Деякі автори до «м'якої інфраструктури» відносять фінансову систему, освіту, уряд, правоохоронні органи. Сюди відносять не тільки такі фізичні активи, як спеціальні будинки й устаткування, але й правила, які регулюють роботу цих систем. Уже протягом останнього десятиліття креативна економіка складовою якої є сфера мистецтва, як констатує група експертів Світового економічного форуму в Давосі, розглядається як нова модель економічного зростання, що передбачає відносно невеликі первісні інвестиції в «м'яку інфраструктуру». Слід також зазначити, що перехід до фінансування «м'якої інфраструктури» – новий порядок денний інвестиційної політики на міжнародному рівні. У центрі уваги – співвідношення інвестицій у «видимі» цілі (зокрема капітальні вкладення) та інвестицій, «заснованих на знаннях» (knowledge based capital) або «м'яких» інвестицій, що включають три типи інвестицій: комп'ютеризована інформація (ІЗ і бази даних), інтелектуальна власність (патенти, авторське право, дизайн, товарні знаки), економічні компетенції (зокрема бренд, спеціалізований людський капітал, мережі людей та інститутів, організаційні ноу-хау). Експерти зазначають, що бідний світ просто не може досягти економічної безпеки, використовуючи технології, комплекси, системи, які були потужними каталізаторами економічного зростання в попередньому столітті. Майбутнє не перебуває у «твердій інфраструктурі», а у «м'якій інфраструктурі». «М'які нововведення інфраструктури» більш модульні, масштабовані і

мобільні, ніж винаходи індустріальної ери, вони вирішують питання формування творчого середовища більш гнучко та сприяють ефективному та швидкому прийняттю рішень. Вони – це мобільні телефони, домашні сонячні енергетичні системи, біологічне паливо, портативні комп'ютери; матеріали, переробні технології, які мають можливість створити більш потужне з'єднання, забезпечують самостійність енергії, зберігаючи навколишнє середовище. Вони впроваджуються місцевими соціальними підприємцями, міжнародними неприбутковими організаціями, міжнародними бізнес-компаніями або за допомогою мікрофінансування. Разом вони мають потенціал, щоб перетворити телекомунікації, фінансові послуги, перевезення, владу, енергію, воду, охорону здоров'я та інше не лише у світі, що розвивається, але й глобально<sup>675</sup>.

В останній період в країні все більше актуалізується «бум» стартапів. З точки зору теорії «м'якої інфраструктури» для функціонування цієї інституції потрібні чотири найважливіших елементи: інвестиції, компетенції, кадри й сервіси. Окрім того, вони мають вільно пересуватись у межах екосистеми й конфігуруватися в конкретних інноваційних проектах. Якщо виникає дефіцит або порушується дифузія, стартапи не з'являться або зростатимуть слабкими й неефективними. Практика показує, що один з головних провалів «м'якої інфраструктури» спостерігається на стартовій лінії. Що таке інноваційний проект у момент його зародження? Це команда інноваторів і технологічна ідея, які до того ж мають бути достатньої якості, щоб потенційні інвестори могли розгледіти в цьому перспективний бізнес і зацікавитися. І саме на цьому етапі майбутньому стартапу потрібні не стільки гроші, скільки кадри й бізнес-компетенції.

Зараз можна виділити два основних напрями подальшого розвитку: (1) освіта (підготовка кадрів, які зможуть грамотно застосовувати можливості інноваційної інфраструктури); (2) супровід і підтримка підприємців, що вирішили скористатися можливостями «м'якої інфраструктури» підтримки інноваційного бізнесу на всіх етапах розвитку (аудиторський супровід, юридична допомога й т.ін.). З другого боку, потрібна загальна переоцінка важливості «твердої

<sup>675</sup> The Policy Framework for Investment. *OECD*. 2015. URL: <https://www.oecd.org/investment/investment-policy/Policy-Framework-for-Investment-2015-CMIN2015-5.pdf>

інфраструктури» («стін») у вигляді пільгової оренди офісних і виробничих площ у артбізнес-центрах, доступу до високотехнологічного устаткування й т.ін. для успішного становлення й розвитку інноваційних мистецьких проєктів. Їм на початкових етапах існування набагато потрібніше, як виявилось на практиці, різного роду «супутні» сервіси, що дозволяють налагодити взаємодію з іншими учасниками екосистеми: інвесторами, експертним співтовариством, замовниками. Тобто «м'яка інфраструктура», яка має створюватись зусиллями менеджменту інфраструктурного об'єкта, у багатьох випадках виявляється важливішою за матеріальну. Під час реалізації програм розвитку мистецтва особливу увагу потрібно приділяти формуванню саме «м'якої інфраструктури», тобто розвивати послуги з реалізації мистецьких проєктів на різних стадіях – від ідеї до реалізації художніх продуктів. Формування «м'якої інфраструктури» має відбуватися через створення системи залучення в господарський обіг об'єктів інтелектуальної власності, розширення каналів поширення інформації шляхом створення різноманітних цифрових артмайданчиків, удосконалення консалтингу, менторства, залучення інвестиційних ресурсів.

---

*Наскільки ваша діяльність є легальною, ви сплачуєте податки, а художник? Тому що більшість ринку, який є в Україні, це чорний ринок, тіньові продажі. Абсолютно з вами згодна. У нас легальний майданчик. Наш продукт – англійський, а не український. В Україні я зареєстрована як фізична особа-підприємець (ФОП), діяльність з маркетингу, маркетингові інструменти, які ми застосовуємо, я здійснюю через мій ФОП. Те, що стосується самого міжнародного майданчика, то він належить компанії з англійською юрисдикцією. І, відповідно, ми працюємо згідно з європейським законодавством. Наші художники легально реєструються на платформі, дають свої дані для платіжної системи fondy.ua. Це австрійська платіжна система, яка представлена в Великобританії, Україні. І, власне кажучи, якщо художника не ідентифіковано, він не подав свої документи, не прив'язав платіжну карту, він не має права продаватися на нашій платформі. Ми самі не зберігаємо нічиїх персональних даних. Усю інформацію обробляє банк. Вона конфіденційна і ми гарантуємо повну безпеку проходження платежів на нашій платформі. Тобто художник потім сам сплачує податки. Якщо він як ФОП зареєстрований і продає як ФОП, він платить згідно зі своєю групою ФОП. Якщо він як*



фізична особа зареєстрований, платить податки як фізична особа. Ми на платформі всі умови створюємо для прозорого ринку. Якщо людина, припустимо, приховує від податкової продаж своєї роботи, це ми вже ніяк не проконтролюємо, тому що вона сама звітує перед податковими органами, ми на це вже не впливаємо.

*Добре, якщо компанія працює за британським правом, то ви тоді дієте як представник? Ні, ми є бенефіціаром цієї англійської компанії, власниками. Імена, які вписані в партнерстві, до реєстру Великобританії. Через те, що я зареєстрована і в Україні як ФОП, ми платимо податок на ті послуги, які ми надаємо на платформі. А сама платформа – майданчик, що працює за Мадридською системою авторського права, яку підтримує вся Європа. Через це ми поки не виходимо за її межі, хоча вже отримували пропозиції зі США та Канади. На етапі побудови бренду як виробити довіру до вашої платформи серед художників, адже в Україні навіть найзнаменитіші з них регулярно потрапляють в неприємні ситуації, пов'язані з недобросовісністю галеристів. Чи можна галеристам розміщувати у вас роботи або покупцям перепродувати? У нас є розділ «Приватні колекції». Там може зареєструватися приватний колекціонер, який хоче продати частину робіт зі свого зібрання. Обов'язково у нього мають бути документи на ці роботи, без них об'єкт не може бути у нас розміщений. Які документи ви просите? Це має бути оцінка роботи і підтвердження авторства. Можна звернутися в музей і експерти дадуть оцінку. Якщо колекціонер Яблонську продає, припустимо, висновок може дати НХМУ. Ми говоримо більше про сучасне мистецтво. Колекціонери можуть продавати в розділі «Приватні колекції» не тільки сучасне мистецтво, але і старих майстрів. Єдине, що треба врахувати, закон України забороняє вивезення таких робіт за межі України, а всередині країни іншим колекціонерам, будь ласка, без проблем вони можуть продавати такі роботи. ... У нас є певна цінова політика, обмеження. Сувенірів з Андріївського узвозу бути не може, тому що розділ, наприклад, «Приватні колекції» стартує з 300 доларів за роботу, нижче не може бути поставлено. І також модерація не пропустить сувенір з Андріївського узвозу. А молодий художник може продавати свої роботи нехай не найвищого рівня? Так, це можливо. Ми дуже хочемо, щоб молоді художники не просто розміщували роботи, але і вели блоги, знайомили аудиторію зі своєю творчістю, світоглядом. Через*

місяць у нас з'явиться розділ «Склад» з можливістю безкоштовного розміщення робіт. Ми про це докладніше розповімо трохи пізніше. *Чи готові ви працювати зі складними соціальними темами, які репрезентуються в закритих галереях?* Звісно. Ми все приймаємо, ми готові. Ми любимо складні теми, це наша історія. *Які ваші цілі – довгострокові, короткострокові?* Довгострокові – ми збираємось розвиватись на європейському ринку. Нам би дуже хотілося, щоб українські художники були представлені на ньому завдяки саме нашій платформі. Якщо говорити про короткострокові цілі, то зараз це залучення максимальної чисельності українських авторів на наш ресурс. Ми маємо обробити цей контент, провести аналітику і в травні вийти на європейський ринок<sup>676</sup>.

---

Очевидно, що з кожним роком усі внутрішні процеси у сфері мистецтва і його зовнішні контакти розвиваються набагато швидше, що є результатом розвитку нової моделі екосистеми як загального, так і різного рівня (міжнародного, регіонального, локального, секторального та ін.). У підсумку це впливає на основний суб'єкт таких систем – художника: у них з'являється можливість досягти кар'єрного успіху – визнання суспільства, високих фінансових показників, свободи творчості та ін. – набагато швидше, ніж раніше, коли все це, як правило, приходило лише в зрілому віці або після смерті. Зараз ті художники, які розуміють, як управляти системою, набагато швидше можуть прийти до своєї мети. На думку експертів, існує чотири основних каталізатори кар'єри молодого художника: галерея, куратор, критик і колекціонер. Маючи підтримку від них, можна дуже швидко пройти шлях від художника-початківця до майстра, твори якого затребувані ринком. Сьогодні це положення так само актуальне, як і сотні років тому, але тільки нашому сучасникові вже не потрібно витрачати роки і робити великі вкладення, щоб познайомитися з ними.

У межах екосистеми сучасний художник має можливість досягти широкої аудиторії, розповісти про свою роботу і налагодити прямий контакт з галереями, кураторами, критиками і колекціонерами, тобто використовувати інструменти, які необхідно застосовувати для власного просування. Аукціонні будинки відкриті для художників будь-

---

<sup>676</sup> Codeky: «Український арт-ринок дуже оптимістичний». Art Ukraine. 25.03.2017. URL: <http://artinukraine.com/uk/sodecky-ukrayinskij-art-rinok-duzhe-optimistichnij/>

якого рівня, у кого вони бачать потенціал. Зараз навіть провідні аукціонні будинки влаштовують спеціалізовані торги молодих і художників-початківців, а на головних вечірніх торгах поряд з шедеврами можна зустріти сучасні роботи, створені зовсім недавно. Те ж саме стосується онлайн-продажів: ніщо не перешкоджає художнику самостійно виставити роботи на платформі і в той же день безпосередньо поспілкуватися з колекціонером. Проте ефективність використання всіх каналів та інституцій екосистеми залежить передусім від самого художника, його спроможності адаптуватися до ситуації і виявити та застосувати необхідні інструменти для зміцнення та реалізації власного творчого потенціалу.

Отже, розбудовуючи сучасні екосистеми мистецтва, необхідним вбачається: формування додаткових і оптимізація наявних інструментів розвитку професійних компетенцій в учасників ринку на самих ранніх етапах комерціалізації й трансферу витворів мистецтва (на перших кроках від науки до бізнесу); створення нових і розвиток наявних комунікативних майданчиків для організації спілкування художників, артменеджерів, галеристів та ін. з представниками бізнесу; активізація процесів трансферу компетенцій як у «вертикальній площині» (від інвесторів і компаній пізніх стадій – до компаній ранніх стадій), так і в «горизонтальній». Для цього необхідні державні інвестиції в генерування знань і управління ними, заходи щодо підвищення попиту на креативні творчі продукти (стимулювання підтримки ринку технологічних продуктів і послуг), державна підтримка з для зміцнення зв'язків між оперативними ланками творчого процесу й створенням «м'якої інфраструктури» національної екосистеми (мова йде про елементи, на основі яких будуються відносини співробітництва), а також створення інших стимулів, що спонукають арткомпанії до співробітництва в межах реалізації творчих зусиль. Екосистеми різного рівня мають бути інтегровані в глобальні мережі, що дозволить реалізувати підприємницькі можливості всіх учасників як художнього процесу, так і артринку.

Таким чином, створення нових мистецьких структур – одне з завдань культурної політики (складової державної політики) як економічно розвинених, так і країн, що розвиваються. Ці структури дозволяють стабілізувати економічну ситуацію. Навіть у розвинених економічних системах вони в низці випадків

створюються в період економічного спаду, структурної перебудови, що супроводжуються скороченням робочих місць, зменшенням обсягів бюджетних асигнувань на розвиток культури та мистецтва, а також в умовах значного нагромадження творчого потенціалу за відсутності механізму доведення наявних ідей до конкретного споживача й досягнення комерційного успіху. Саме екосистемний підхід передбачає багаторівневий аналіз, що враховує механізми самовідтворення, взаємозалежності, ефекти підтримки, прямі і зворотні зв'язки між елементами системи. Водночас чітко розмежовуються підприємницьке середовище (екосистема) і результати діяльності артринку.

---

## ПІСЛЯМОВА

У загальнонауковому дискурсі стосовно соціокультурних аспектів розвитку суспільства важливе місце займає питання гармонійного поєднання матеріального та духовного, де значну роль відіграє мистецтво. Мистецтво як найважливіша складова культури характеризується інтегрованим впливом на людину через образну природу та символічну структуру художніх витворів, формуючи її цінності, критичне та образне мислення про загальну картину світу, сприяючи процесу її самовдосконалення та реалізації потенціалу на основі отриманих емоцій та усвідомлених орієнтирів розвитку.

В умовах дії ринкової економіки сфера мистецтва залучається до цього процесу і, формуючи відповідну інфраструктуру та інституції, прагне діяти згідно з законами конкуренції, що за певних адекватних методів організації художнього процесу, включаючи роботу на ринку, сприяє підвищенню вартості художнього продукту, виробленого основним суб'єктом – художником, а також його популяризації та затребуваності; інституалізує комерційні зв'язки усіх учасників художнього ринку, формуючи сучасний механізм взаємодії – екосистему як складову міжнародної/національної/регіональної економічної системи.

Ринок мистецтва новітнього часу характеризується глобалізацією своєї діяльності, зміною традиційних функцій художніх інституцій і посиленням ролі професійних посередників, специфічною моделлю ціноутворення і, відповідно, цінової політики, альтернативною формою інвестування, віртуалізацією художнього простору. Цей ринок розвивається за своїми специфічними законами, а тому теоретико-методичні положення економічної науки можуть бути застосовані до нього лише опосередковано, що не відкидає необхідності розширення методологічної бази наукових праць як у сфері мистецтва, так і у сфері артринку для обґрунтування їхнього внеску в економіку, що особливо актуально для країн з відносно молодим ринком мистецтва, таких як Україна.

Світовий артринок розвивається досить динамічно, характеризується тенденцією до зростання цін на предмети мистецтва в довгостроковому періоді, формуванням сучасної розвиненої інфраструктури, особливо її інформаційно-технологічної частини, що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності і привабливості для поціновувачів мистецтва, колекціонерів, інвесторів фондового

ринку. Найважливішою тенденцією сучасного художнього ринку є активний попит на предмети contemporary art. Сьогодні рівень цін на твори цієї категорії порівняний з рівнем цін на перевірене часом мистецтво старих майстрів, а в деяких випадках і вище, а споживання таких товарів, своєю чергою, мотивоване поцінуванням мистецтва і колекціонуванням, має інвестиційний характер. Споживання contemporary art стає стилем життя: нові еліти, а особливо молоде покоління, збільшують свій не тільки символічний, але й інвестиційний капітал.

Комунікації у сфері мистецтва сьогодні характеризуються різноманітністю ринкових суб'єктів (художники, галереї, колекціонери, музеї), а також різноманітністю цільових аудиторій (прямі кінцеві споживачі топ-ринку і масового ринку; експертне і професійне співтовариство). Ці комунікації відбуваються з урахуванням складної посередницької інфраструктури артринку, де спостерігається поєднання менеджерських і PR-функцій у діяльності посередників, інституалізовані ринкові PR-структури, які посилюють свою роботу задля виходу на ринок (особливо на міжнародний). Усе це говорить про формування інноваційної екосистеми мистецтва, яка сьогодні здебільшого спрямована на інституціоналізацію витворів мистецтва, що передбачає їх просування і виведення художників на ринок, керуючись критерієм визнання та успіху на противагу оцінки часу і праці, витрачених на створення твору мистецтва, які практично не мають значення для ціноутворення, так само як і талант художника.

В Україні, яка довго була в тіні радянського/російського мистецтва, процеси у сфері культури та мистецтва проявляються особливо динамічно, одночасно з посиленням темпів ідентифікації та поширення знань про національне – українське, і прагненням мистецтвознавців бути у світових трендах щодо обґрунтування феномену та особливостей мистецтва, яке зараз функціонує (період постмодерну). Подолання історично-культурного ізоляціонізму та усвідомлення художніх традицій приводить до розширення сьогодні ролі українського мистецтва в публічному просторі та посилення соціалізації. На практиці це проявляється у формуванні зв'язків під час осмислення історичної пам'яті, інституалізації учасників художнього процесу, презентації досвіду європейського цивілізаційного спрямування в сьогоденні, що в підсумку слугує індикатором соціальних змін і громадської рефлексії.

Українське мистецтвоу своєму прагненні до традицій західної цивілізації, користується попитом на ринку; постійно створюються і

розвивають свою діяльність приватні галереї, артярмарки, зокрема і в регіональному просторі, з'являється все більше активних і пасіонарних гравців: кураторів, дилерів, експертів, галеристів, журналістів і покупців мистецтва, які готові працювати на підтримку основних осіб – творців творів мистецтва – художників.

Стосовно розвитку артринку України, маємо різноманітні думки експертів, інколи навіть украй протилежні, що свідчить не лише про відсутність практики системних наукових досліджень цього питання на стику різних дисциплін і підходів, але й впливає на формування переконання і постановку риторичного питання – що за тип цього ринку і які його особливості? Аналіз результатів багатьох закордонних виставок і ярмарок дозволяє стверджувати, що українське мистецтво успішно просувається на світовий артринок, а отже українські учасники художнього ринку набувають досвіду оволодіння технологіями й секретами поведінки на ньому, однак для завоювання і закріплення позицій потрібно ще багато зусиль і знань, зокрема економічних.

Ретроспектива показує, що культурна динаміка ХХ-ХХІ ст. становить широку панораму взаємовпливу досягнень науки, політичних ідеологій і прогресивних напрямів у мистецтві: від авангарду й модерну до практик цифрового мистецтва. Цифрове мистецтво відображає інтеграцію різних видів мистецтва (фотографії, кіно, відео, музики, живопису, літературних жанрів), створюючи різні конфігурації нових техно-художніх гібридів за допомогою їх комп'ютерної обробки. Сформовані гібридні форми цифрового мистецтва завдяки інтерактивності і широкій доступності для їх виробництва та поширення на нинішньому етапі позиціонуються як виклик так званому «високому» мистецтву. Вони підкреслюють не лише вплив технологій на творчість, а й розширюють творчі можливості художників і надають нові інструменти їх реалізації.

Останніми роками використання цифрових технологій практично у всіх сферах життя значно зросло, а digital і мистецтво в сучасному світі не просто тісно пов'язані, вони доповнюють і розвивають один одного, переконуючи, що мистецтво не може існувати поза часом і технологічними змінами. Прогнози щодо розвитку артринку багато в чому пов'язані з цифровими технологіями (це стало особливо помітним в умовах карантину під час пандемії коронавірусу), які безумно пришвидшать свій розвиток у майбутньому. Так, дистанційні технології аукціонної торгівлі помітно потіснять, а місцями повністю витіснять



класичну схему проведення аукціону; така ж ситуація формується довкола виставок і експозиційних просторів: люди стануть усе рідше ходити на виставки, проте поціновувачі мистецтва і професіонали будуть дивитися виставки по Інтернету. Цифровізація артринку прискорить зміну способів комунікації артбізнесів із зовнішньою аудиторією і презентації інформації про художників, наприклад, уже сьогодні власний сайт для артбізнесу стає пріоритетом, але ж все ж ефективнішими виявилися соцмережі і загальні майданчики з готовим для продажу продуктом.

Аналізуючи поведінку художників, галеристів, колекціонерів та інших учасників екосистеми мистецтва під час карантину, обумовленого виникненням пандемії COVID-19, слід звернути увагу на виникнення чималої кількості прикладів у прагненні реалізації діяльності людей у кризових ситуаціях саме через мистецтво, і таким чином мобілізуватися для боротьби з викликами за допомогою творчості й креативу. Яскравими прикладами як у світовому мистецтві, так і в мистецтві України є численні челенджі в соціальних мережах для художників та ілюстраторів, онлайн-навчання мистецтвознавству, організація роботи віртуальних походів у музеї, запуски в онлайн-форматі виставок, галерей, аукціонів та ін., що вказує на нову роль культурного і креативного секторів, які залучили сучасні мистецькі інструменти (на основі новітніх технологій), розширили перелік оригінальних форм і продуктів і, таким чином, «вистояли» самі й емоційно підтримали людей і суспільство загалом у їхніх пошуках збалансованого простору як форми захисту від наслідків коронакризи.

Важлива роль у розвитку цивілізованого ринку мистецтва в Україні належить державним інституціям як повноправним учасникам екосистеми мистецтва. На жаль, довгий час ці інституції не звертали достатньої уваги на сучасне українське мистецтво та не розвивали різноманітні проекти з підтримки досвідчених вітчизняних митців і художників-початківців. Останніми роками цей процес дещо почав виправлятися у зв'язку зі зміною підходів до розуміння ролі нової культурної політики у контексті інтеграції до аналогічних процесів у ЄС. Проте для того, щоб бути переконливими під час просування програм розвитку українського мистецтва та розбудови національного артринку, необхідний насамперед офіційний моніторинг галузі мистецтва та окремих її сфер, а також дослідження, ініційовані учасниками артринку та аналітичними компаніями, щоб мати реальні кількісні та якісні оцінки перспектив українського

артринку. Цифровізація і становлення ціннісно-сміслових орієнтирів функціонування в цифровому середовищі претендують на те, щоб стати актуальною соціальною проблемою поточного часу. Водночас потребують науково-практичного вирішення проблеми формування високорозвиненого культурного середовища країни/регіону в глобалізаційних умовах задля забезпечення невід'ємного права людини на культурний розвиток, доступність цінностей мистецтва, належний рівень і якість культурних послуг.

Таким чином, актуалізація питання щодо формування екосистеми сучасного мистецтва не викликає сумнівів, про це навіть заявлено на державному рівні Кабінетом Міністрів України, зокрема мова йде про створення Музею сучасного мистецтва для переосмислення сучасної ідентичності і досягнень українського мистецтва (уряд планував направити 20 млн грн на закупівлю творів мистецтва в державну частину Музейного фонду України), врегулювання ринку і переміщення творів мистецтва, зокрема приватних колекцій та авторських прав художників, активізацію культурного діалогу з питань ідентичності, цінностей і створення загального блага – формування бачення, місії та цілей створення гуманітарного середовища в Україні на довгострокову перспективу за допомогою широкого громадського обговорення та затвердження відповідної стратегії. Отже, від реальних дій влади залежить результат формування основного елементу екосистеми мистецтва – так званого «центру компетенцій» – інституції, спроможної стати координатором і водночас драйвером розвитку інформаційно-комунікаційних і соціально-економічних зв'язків між усіма її учасниками.

## **AFTERWORD**

An issue of a harmonious combination of material and spiritual, where art plays an important role, holds a significant place in the general scientific discourse. Art as the most important cultural component is characterized by the integrated impact on humans due to its figurative nature and symbolic structure of the artwork. It forms human values and critical and creative thinking on the general picture of the world by boosting the processes of self-improvement and realization of the capacity based on received emotions and realized development benchmarks.

In the market economy, art is included in the process. By forming the relevant infrastructure and investment, it tends to operate in compliance with the competition, and in case of certain adequate methods of the art process organization, including the operation on the market, it promotes the growing price for an artwork produced by a key entity – an artist – and institutionalizes the commercial relations of all art market participants by forming the modern mechanism of interaction – the ecosystem as a component of international/national/regional economic system.

The art market of modern times is characterized by the globalization of its activity, the change of traditional functions of art institutions, the growing role of professional intermediaries, specific pricing and thus price policy model, alternative investment type, and virtualization of art space. The market is developing according to its specific laws. Therefore, the theoretical-methodological provisions of economic science can be used only indirectly, which does not eliminate the need to expand the methodological base of scientific works both in the art and art market domains to substantiate their contribution to the economy. It is especially relevant for countries with a relatively young art market like Ukraine.

The global market is developing rather dynamically and is characterized by the growing price for artworks in a long-term period and forming the modern developed infrastructure, especially its informational-technological section. It contributes to the improvement of its competitiveness and attractiveness for art lovers, collectors, and stock market investors. Active demand for contemporary art objects is the most important trend on the art market nowadays. Today, the prices for artworks in this category are comparable with the prices for the time-tested art, and even higher in some cases. The consumption of these goods, in turn, is motivated by the love for art and collecting and is of an investment nature. The consumption of contemporary art becomes the lifestyle – new elites, especially the young generation, increase their symbolic and investment capital.

Communication in art is currently characterized by a variety of market entities (painters, galleries, collectors, museums) and a variety of target audiences (direct end consumers of top and mass markets, experts and professional community). The communications take place based on the complex mediatory infrastructure of the art market, where the managerial and PR functions are combined in the activity of dealers while the institutional market PR structures strengthen their operation to enter the market (especially, international). All the abovementioned shows the forming of the innovative ecosystem of art, which is now mostly directed at the institutionalization of artworks. That stipulates their promotion and bringing artists to the market based on the criterion of recognition and success against the estimation of time and work spent to create an artwork, which are almost irrelevant to pricing, same as the artist's talent.

Ukraine has been in the shadow of Soviet/Russian art for a long time, so now the processes in culture and art are developing especially dynamically, together with growing paces of identification and communication of knowledge on what is national – Ukrainian – and desire of art historians to be in the global trends in substantiation of the contemporary art phenomenon and features (in the post-modern period). Overcoming the historical-cultural isolation and realizing the artistic traditions leads to the growing role of Ukrainian art in public space and growing socialization. In practice, it shows itself in forming the relations in the course of comprehending the historical memory, institutionalizing the art process participants, and presenting the European civilization trends in modern times, which ultimately serves as an indicator of social changes and public reflection.

Ukrainian art in its aspiration for the traditions of the Western civilization is in demand on the market. Private galleries and art fairs are being created in the regional space as well. The number of active and passionate players is growing, including art curators, dealers, experts, gallerists, journalists, and customers ready to work to support the key person – the artwork creator – the artist.

The experts' views on the art market development in Ukraine are quite different, sometimes even opposite, showing both the lack of the system scientific research of the subject across various disciplines and approaches and the impact on forming the commitment, thus raising a rhetoric question – what is the market type and what are its features? The analysis of results of many exhibitions and fairs abroad confirms that Ukrainian art is successfully advancing the global art market. Therefore, Ukrainian participants of the art market gain the experience of mastering

the technology and secrets of behavior, yet much endeavor and knowledge are needed, including the economic ones.

In retrospect, the cultural dynamics of the XX–XXI centuries represents a wide panorama of mutual dependence between scientific achievements, political ideologies, and progressive directions in art from avant-garde and modern to the practices of digital art. Digital art shows the integration of various art types (photography, cinema, video, music, visual art, literary genres) by creating various configurations of new technological-creative hybrids based on their computer processing. The formed hybrid forms of digital art are positioned as a challenge to the so-called “high” art due to the interactivity and accessibility of their production and circulation at the current stage. They not only emphasize the technology impact on the artwork but also expand the artists’ creative capacities and provide new tools to implement them.

The use of digital technologies has increased lately almost in all activity types, while digital and artistic are not just closely related in the modern world, they supplement and develop each other, proving that art cannot exist beyond time and technological changes. The prognosis of the art market development is strongly related to digital technologies, which will certainly be boosted in the future (it has become especially visible in quarantine in time of coronavirus pandemics). Indeed, the remote auction technologies will distinctly press and sometimes completely replace the classical scheme of holding an auction. The same situation is being formed around exhibitions and display spaces: people coming to exhibitions will be much less common, yet art lovers and professionals will watch exhibitions on the Internet. Art market digitalization will contribute to the change of the ways the art business communicates with the external audience and presents information about artists. For example, nowadays, the website for the art business is becoming a priority, but social media and general platforms with a product ready to be sold have proven to be more efficient.

Analyzing the behavior of artists, gallerists, collectors, and other participants of the art ecosystem in the quarantine caused by COVID-19 pandemics, it is worth paying attention to the emergence of many examples of human activity realization in crisis situations exactly through art by mobilizing for battle with challenges by art and creativity. Numerous challenges in social media for artists and illustrators, online training on art history, organization of virtual visits to museums, and online exhibitions, galleries, and auctions, etc. are vivid examples both in global and Ukrainian art that emphasize the new role of cultural and creative sectors using contemporary art instruments (based on advanced technologies) and expanding the list of

original forms and products. In such a way, they hold up themselves and emotionally support people and society in their search for a balanced space as a form of protection against the corona crisis consequences.

Public institutions as rightful participants of the art ecosystem play an important role in the development of the civilized art market in Ukraine. Unfortunately, for a long time, the institutions haven't been paying much attention to contemporary art or developing various projects supporting experienced domestic artists and beginners. Lately, the process has started to change for better due to new approaches to understanding the role of new cultural policy in the context of integration with similar processes in the EU. However, to be convincing in promotion of Ukrainian art development programs and enhancement of the national art market, primary, it is essential to hold the official monitoring of art and its sectors and conduct the research initiated by the art market participants and analytical companies to have real quantitative and qualitative estimations of the perspectives for the Ukrainian art market. Digitalization and the establishment of axiological benchmarks for functioning in the digital environment claim to become the relevant social problem currently. Meanwhile, the problems of forming the highly developed cultural environment of a county/region in globalization to secure the inherent human right to cultural development, accessibility of art values, and proper level and quality of cultural services require the scientific and practical solution.

Therefore, the relevance of the issue forming the contemporary art ecosystem is not raising any doubts. It is even recognized at the state level by the Cabinet of Ministers of Ukraine. In particular, the creation of Contemporary Art Museum is planned in order to rethink the contemporary identity and achievements of Ukrainian art (the government is planning to allocate UAH 20 million to purchase artworks for the public part of the Museum Fund of Ukraine), regulate the market and movement of artworks, namely private collections and authors' rights, and boost the cultural dialogue on identity issues, values, and commonwealth – forming the vision, mission, and goals of creating the humanitarian environment in Ukraine for the long-term perspective through extended public discussion and adoption of the relevant strategy. Therefore, the result of forming the key element of the art ecosystem – the so-called competence center – depends on the real actions of the authorities. Indeed, it is the institution able to become the coordinator and driver of the development of informational-communicational and socio-economic relations between all its participants.





Наукове видання

**Степан Антонович Давимука**

**Екосистема мистецтва: наукові засади  
становлення та сучасні практики**

*Монографія*

Літературний редактор: М. Попадинець  
Комп'ютерний макет: П. Попадюк

Монографію підготовлено в ДУ «Інститут регіональних досліджень  
імені М. І. Долішнього НАН України»  
79026, Львів, вул. Козельницька, 4.

В книжці використані кольорові ліногравюри Богдана Сороки  
за дозволом його дружини Любові Сороки

Автор висловлює вдячність Наталії Горlach за фінансову підтримку

Підп. до друку 18.03.2021. Формат 64x84/16. Папір офсетн. гарнітура.  
Тираж 300. Ум.-друк. арк. 43,23. Зам. 83.

Друк ФОП «Омельченко В. Г.»  
79026 м. Львів вул. Козельницька, 4.