

10. Horosko M. Martha Graham: The Evolution of Her Dance Theory and Training. Gainesville: Univ. Press of Florida, 2002. – 296 p.
11. McDonagh D. Martha Graham : A biography / Don McDonagh. – London : David&Charles, 1974. – 341 p.
12. Mille A. de. Martha: The Life and Work of Martha Graham. New York: Random House, 1991. – 509 p.
13. Rainer Y. Some Retrospective Notes on a Dance Rainer / Yvonne Rainer // Tulane Drama Review. – 1965. – Vol. 10. – No. 2. – P. 168-178.

#### **References**

1. Alover, N. Grand Martha Graham. Retrieved from <http://russian-bazaar.com/ru/content/18947.htm> [in Russian].
2. Amchislavska, N. (2015). Female images in Martha Graham's ballets. Dynamics of the Development of the High Choreography Education as an Element of the Art Culture of Ukraine. Proceedings of the Conference. (pp. 166-169). Kyiv [in Ukrainian].
3. Kiseeva, E. (2013). New forms of music theatre: dance-Postmodern and its scientific analysis. Yuzchno-Rossiiskiy muzykalnyi almanakh, 1, 99-107 [in Russian].
4. Pogrebnyak, M. M. (2011). «Contemporary dance»: concept and the main stages of the school's formation. Visnyk KNUKIM. Retrieved from [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Vknukim\\_myst/2011\\_24/21.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vknukim_myst/2011_24/21.pdf) [in Ukrainian].
5. Dance-Modern. Retrieved from: <http://www.danceorsk.narod.ru/Tanezmodern.html> [in Russian].
6. Yanina-Ledovska, E. V. (2014). «Holly Spring» of I. Stravinsky: the principles of the qualification of the choreographical interpretations. Tendencies of the Development of Dance Subjects in the High Art Institutions. Proceedings of the ALL-Ukrainian Scientific and Practical conferences. (pp. 133-138). Kyiv [in Ukrainian].
7. Bird, D. (2002). Bird'sEyeView: Dancing With Martha Graham and on Broadway. Pittsburgh: Univ. of Pittsburgh Press [in English].
8. Freedman, R. (1998). Martha Graham: A Dancer's Life. New York: Clarion Books [in English].
9. Graham, M. (1991). Blood Memory : An autobiography. New York : Doubleday [in English].
10. Horosko, M. (2002). Martha Graham: The Evolution of Her Dance Theory and Training. Gainesville: Univ. Press of Florida [in English].
11. McDonagh, D. (1974). Martha Graham: A biography. London: David&Charles [in English].
12. Mille, A. (1991). Martha: The Life and Work of Martha Graham. New York: Random House [in English].
13. Rainer, Y. (1965). Some Retrospective Notes on a Dance Rainer. Tulane Drama Review. (Vol. 10.), 2, 168-178 [in English].

*Стаття надійшла до редакції 11.09.2016 р.*

УДК 130.2:316.663.5

**Зайченко Олена Георгіївна**  
кандидат філософських наук,  
старший викладач кафедри музеєзнавства,  
пам'яткознавства Київського національного  
університету культури і мистецтв  
[Sirielle@yandex.ru](mailto:Sirielle@yandex.ru)

### **ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ СПІВРОБІТНИЦТВА ХУДОЖНИКА З ГАЛЕРИСТОМ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО АРТ-РИНКУ**

**Мета роботи.** Дослідження пов'язане з аналізом розвитку й сучасного побутування вітчизняного арт-ринку, який в силу своїх історико-культурних та економічних особливостей використовує специфічно трансформовану західноєвропейську ринкову модель без урахування місцевої специфіки та недосконалості законодавчої бази в галузі мистецтва. Розглядаються причини й наслідки внутрішньої сегрегації мистецького середовища України. В цьому аспекті порушені питання пов'язані з адаптацією оптимальної моделі розвитку західноєвропейського мистецько-галерейного середовища до специфіки розвитку арт-середовища України. Порушуються питання етики співробітництва галериста із художником та поступового створення кодексу етики галериста й художника, до яких лише відбувалося наближення в окремих публікаціях. **Методологія** дослідження полягає в одночасному застосуванні історико-культурного методу, менеджменту мистецької сфери та інсайдерського розгляду питання співпраці галериста із художником зі світоглядних позицій обох. Зазначений методологічний підхід дає змогу розкрити та піддати аналізу певні типи дій учасників арт-ринку в процесі його творення, розвитку й трансформації з метою знайти модель їх співпраці, засновану на ґрунтовному пізнанні психології творчості й формування популярності для митця. **Наукова новизна** роботи полягає в розширенні уявлень про творчу діяльність художника та його економічне виживання в умовах розвитку сучасного ринку культурних цінностей. Хоч особливості розвитку галерейної справи у пострадянському просторі й розглядалися в окремих наукових роботах, проте досі не розглядалося питання специфіки співробітництва художника із галеристом саме з інсайдерської позиції. Порівняльний аналіз західноєвропейської та вітчизняної моделі арт-ринку в їх історико-культурному контексті дає можливість глибше усвідомити необхідність конструктивної трансформації становища митців на сучасному ринку культурних цінностей та практично реалізувати її проекти. **Висновки.** Попри всі складності, розвиток арт-ринку України є досить активним. Напрями, стилі й форми мистецької діяльності скоріше розширюються, ніж звужуються. Мистецьких подій стає тільки більше, сама структура вітчизняного арт-ринку поступово розгалужується і вдосконалюється, що, в свою чергу, сприяє конструктивному розвитку співпраці художника із кураторами та галеристами й інтеграції в європейське мистецьке середовище.

**Ключові слова:** арт-галерея, арт-ринок, галерейний простір, колекціонер, галерист, творча особистість.

*Зайченко Елена Георгиевна, кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры музееведения, памятниковедения Киевского национального университета культуры и искусств*

### **Особенности становления сотрудничества художника с галеристом в условиях формирования отечественного арт-рынка**

**Цель работы.** Исследование связано с анализом развития и особенностей современного отечественного арт-рынка, который в силу своих историко-культурных и экономических нюансов использует специфически трансформированную западноевропейскую рыночную модель без учета местной специфики и несовершенства законодательной базы в области искусства. Рассматриваются причины и последствия внутренней сегрегации арт-среды Украины. В этом аспекте затронуты вопросы, связанные с адаптацией оптимальной модели развития западноевропейской художественно-галерейной среды к специфике развития арт-рынка Украины. Ставятся вопросы этики сотрудничества галериста с художником и постепенного создания кодекса этики галериста и художника, к которым только происходило приближение в отдельных публикациях. **Методология** исследования заключается в одновременном применении историко-культурного метода, менеджмента художественной сферы и инсайдерского рассмотрения вопроса сотрудничества галериста с художником из мировоззренческих позиции обоих. Указанный методологический подход позволяет раскрыть и подвергнуть анализу определенные типы действий участников арт-рынка в процессе его создания, развития и трансформации с целью найти модель их сотрудничества, основанную на основательном познании психологии творчества и формирования популярности для художника. **Научная новизна** работы заключается в расширении представлений о творческой деятельности художника и его экономическом выживании в условиях развития современного рынка культурных ценностей. Хотя особенности развития галерейного дела в постсоветском пространстве и затрагивались в отдельных научных работах, однако до сих пор не рассматривался вопрос специфики сотрудничества художника с галеристом именно с инсайдерской позиции. Сравнительный анализ западноевропейской и отечественной модели арт-рынка в их историко-культурном контексте дает возможность глубже осознать необходимость конструктивной трансформации положения художников на современном рынке культурных ценностей и практически реализовывать ее проекты. **Выводы.** Несмотря на все сложности, развитие арт-рынка Украины является достаточно активным. Направления, стили и формы художественной деятельности скорее расширяются, чем сужаются, художественных событий становится только больше. Сама структура отечественного арт-рынка постепенно разветвляется и совершенствуется, что, в свою очередь, способствует конструктивному развитию сотрудничества художника с кураторами и галеристами и интеграции в европейскую художественную среду.

**Ключевые слова:** арт-галерея, арт-рынок, галерейное пространство, коллекционер, галерист, творческая личность.

*Zaichenko Olena, PhD in Philosophy, associate professor, senior teacher of the department of museology of Kyiv National University of Culture and Arts*

### **The Process of Collaboration between the artist and the gallery owner in the conditions of domestic art-market development**

**The goal of the paper.** The development and up-to-date state of Ukrainian art market is analyzed. Due to the historical, cultural and economical circumstances of the country the art market here is based on a variant of the western European market model without taking into account local peculiarities and the absence of adequate law system in the field of art. The author investigates the causes and effects of the internal segregation of the art milieu in Ukraine. From this point of view the author discusses problems concerning the adapting of the optimal model of the development of western European art gallery environment to the specific art environment of Ukraine. Ethical questions related to the cooperation between gallery managers and artists are discussed. The necessity of creating an ethical code for gallery managers and artists is underlined; at present this subject has been dealt with only in several published papers. The methods of investigation include historical and cultural aspects, art management and the cooperation between gallery managers and artists viewed from inside, taking into account the world view of both sides. **Such complex methodological** approach allows to determine and to analyze different kinds of behavior of art market participants in the process of creating the market, developing it and transforming in order to find such model of cooperation that would be based on the thorough knowledge of artists' psychology and the mechanisms of artists' popularity. **The scientific novelty** of the paper consists in the widening of the conceptions related to the creative activities and the economical survival of the artists in the existing conditions of the market of cultural wealth. Peculiar aspects of the development of art galleries during the post-Soviet period have been investigated in a number of papers, but the specific features of the cooperation between gallery managers and artists viewed from inside were not discussed until now. The comparison of western European and Ukrainian art market models in their historical and cultural contexts allows both to get deeper insight into the problem of transforming the existing situation at the market of cultural wealth and to implement the corresponding projects in practice. **Conclusions.** In spite of all difficulties, Ukrainian art market is developing quite actively. The number of directions, styles and forms of creative work becomes rather wider than narrower, art events become more frequent, the structure of the domestic art market becomes more diversified and perfect step by step. This process, in turn, favours the constructive development of the interaction between artists, curators and gallery managers as well as their integration to the European art milieu.

**Keywords:** art gallery, art market, gallery space, collector, gallery owner, creative personality.

Відомо, що між зародженням і розвитком вітчизняного та зарубіжного арт-ринку існує розрив чи не у століття через історико-культурологічні особливості розвитку. Так, західний арт-ринок сформований за участю перших арт-дилерів на зразок П. Дюран-Рюеля та колекціонерів-меценатів рівня тієї ж Пеггі Гуггенхайм чи Віктора Шоке [7, 334-350], а вітчизняний – парадоксальним поєднанням того, що першопочатково екзистенційно протилежне одне одному – офіційних творчих спілок та андеграундного руху. Тому «правила гри» прийняті на західному арт-ринку можуть своєрідно трансформуватися або «не діяти» зовсім. Відносно молодим явищем в Україні є інститут кураторства. Не можуть ресурсно впливати і сучасні непрості й своєрідні умови розвитку самої країни. Наприклад, певна західноєвропейська тенденція може дійти із хронологічним «спізненням» та набути разом із наслідуванням ефекту «збільшення».

Між тим, ще до того, як після падіння СРСР андеграунд «вийшов з підпілля» та на основі «квартирних» виставок й арт-дійств опосередковано породив перші арт-галереї в західноєвропейській культурі склалася традиція певного «нового академізму-конформізму». Пізніше вона була успадкована арт-середовищем країн колишнього СРСР. Ось як описане її виникнення славнозвісним М. Еліаде. Художня творчість є елітарним міфом у тому аспекті, що «міфи закріплені у вузькому колі посвячених, головним чином через глядацький комплекс неповноцінності й офіційних інстанцій в області мистецтва». В наші часи це набуло парадоксальних рис. До певного періоду розвитку історії мистецтва агресивне неприйняття критиків і глядачів було спрямовано на майстрів і твори, які розривали «шаблон» звичних уявлень щодо мистецтва. У випадку з тою ж самою творчістю Ван Гога це призвело до програту колекціонерів і музеїв через неприйняття нового та неуважності до нього. Що в наші дні призвело до страху колекціонерів, критиків і глядачів пропустити нове. Результатом стало те, що найбільш визнаними стають ті майстри, які найбільш незрозумілі, абсурдні, недоступні для розуміння й відкритого сприйняття людською натурою. Сприймавши це як своєрідні «правила гри», майстри сформували своєрідний «академізм навпаки», де панує «перманентна революція» із прагненням шокувати, «розірвати шаблон», заперечити будь-які етичні та естетичні рамки та межі людського й людяного. І вже художник, який створює образи, не враховуючи цього «нового конформізму», ризикує лишитися непоміченим, як той, що, існуючи в межах гри, заперечує її правила. М. Еліаде не вбачає в цьому нічого дивного, тому що, на його думку, означені «правила гри» досить точно відповідають людській потребі в ініціативних переживаннях: «Якщо еліта захоплюється «Поминками за Фінеганом», атональною музикою чи ташизмом, це тому, що означені твори являють собою замкнені світи, герметичні всесвіти, куди проникнення можливе тільки ціною величезних зусиль, які можна порівняти із випробуваннями, через які проходять посвячені в первісних суспільствах. З одного боку, зберігається відчуття «ініціації», яке майже щезло в сучасному суспільстві. З іншого боку, з боку «інших», з боку «маси» формується належність до певної таємної меншини..., до гнозису, одночасно вічного, постійного і духовного... За допомогою культу екстравагантності й незрозумілої оригінальності еліта ознаменувала розрив із банальним міщанським світом своїх родичів, одночасно постаючи проти сучасної філософії відчаю... Наявне бажання «ініціації», бажання знайти прихований сенс означеного руйнування художньої мови...»; міфологічною поведінкою названа і «... потреба занурення в «інші» всесвіти і йти за перипетіями «історії»... властива людині і тому незнищенна... Суть її важко визначити, тут проявляють себе і бажання спілкуватися з «іншими», «неймовірними», розділити їх драми і надії, і потреба знати, що могло відбутися...» [9, 476-485, 490-491].

Причому, в британському документальному фільмі Бена Льюїса «Сучасне мистецтво: велика мильна бульбашка» (The great contemporary art bubble), знятому студією BBC в 2009 р., описується феномен підтримання популярності саме гіперсучасного мистецтва та зростання цін на нього та участь у цьому колекціонерів, меценатів та галеристів рівно того ж Ларрі Гагосяна чи Еббі Розена [4]. В основі якого теж лежить описаний ефект «академізму навиворіт». Причому Бен Льюїс простежує шлях витвору мистецтва на арт-ринку саме з позиції біржової гри. І за її логікою виходить парадокс, що продати опудало акулі в формаліні роботи Деміана Хьорста буває вигідніше, ніж Тиціана. Який може і не стати предметом біржової спекуляції та створити економічний феномен «мильної бульбашки», коли неймовірно зростає ціна, приміром, на Ван Гога. Оскільки Тиціан «може змінити власника лише раз на сто років». А творів Деміана Хьорста, Трейсі Емін, Річарда Принса тощо може бути настільки багато на арт-ринку, що це дозволяє багатим колекціонерам чи галеристам активно впливати на нього, встановлювати й тримати ціни, створювати певну «моду» тощо. Варто лише докласти зусилля на ранніх етапах, а надалі ціни зростають самі [4]. У процесі розвитку означеного явища долучаються молоді колекціонери, і то є гарантом того, що можливий зворотній процес обмежиться цінним спадом, але не серйозною кризою. Проте ринкові закони мотивують колекціонерів діяти за логікою, «коли ти вийшов на ринок, то не маєш втрачати у своїй власності». Оскільки природа змінення епох і стилів у мистецтві є хвилеподібною, передбачити певні «спади» популярності можливо. І навіть вигідно скористуватись ними. Також слід враховувати, що старі майстри, антикваріат, класичний живопис аж ніяк не втрачали позицій на ринку культурних цінностей. Як і загальну неоднорідність останнього. Що явно не було враховано Б. Льюїсом, який основну увагу приділив саме ринку сучасного мистецтва в аспекті біржової гри. Оминаючи при тому прошарок заможних колекціонерів, що відвідують торги задля зустрічі з імпресіоністами, старими майстрами, мистецтвом XIX ст. Вітчизняний арт-ринок загальним чином орієнтується на той, що давно склався у Західній Європі. Або той ефектно-гіперсучасний його образ, який склався у нашій свідомості. При тому, на відміну від радянських часів, розраховувати на суттєву підтримку з боку НСХУ розраховувати не доводиться. Що тільки підсилює ситуацію. І художники задля можливості комерційного успіху вдаються до такого варіанту власного творчого розвитку, який більше відповідає імовірності комерційного успіху. Причому, за винятками деяких нюансів, це парадоксально нагадує часи мистецького конформізму радянських часів, коли писання на партійно-революційні сюжети надавали водночас матеріальну забезпеченість і безпеку.

Так, при регулярному відвідуванні й пильному слідкуванні за подіями, наприклад, в PinchukArtCentre відчувається опосередковане наслідування концепції арт-просторів на зразок «Галееї Саатчі» або «Білого кубу». І художники, що потрапляють у фокус означеного явища, поповнюють рей-

тинги найвпливовіших та здійснюють успішні продажі, в тому числі за кордоном. Але при намаганні застосувати європейські закони ринку культурних цінностей слід врахувати ресурсну різницю споживача. Так, за межами фокусу уваги кінодослідження Б. Льюїса залишилися представники середнього класу, інтелігенція, представники професій розумової праці, які також мають можливості для купівлі витворів мистецтва попри те, що не всі здатні придбати Тиціана. Проте можна і не бути Еббі Розеном чи Пеггі Гуггенхейм, щоб придбати стильне полотно ХХ-ХХІ ст. в жанрі вишуканої класики, неоімпресіонізму тощо або колекціонувати антикваріат згідно зі своїми можливостями. Означені люди також впливають на європейський арт-ринок як кількісна більшість поціновувачів. Вітчизняний же після низки пострадянських та «постперебудовних» трансформацій, попри позбавлення конформного тиску держави, відчув наслідки економічної сегрегації покупців. Художник та професор кафедри теорії та історії культури Санкт-Петербурзького державного університету культури і мистецтв М. Суворов жорстко пише, що головна проблема пострадянського арт-ринку в тому, що «основні споживачі серйозного мистецтва... в недостатній кількості та малозабезпечені. Забезпечені прошарки, навпаки, малоосвічені. До середнього класу в загальноєвропейському сенсі слова стосуються люди розумової праці – інтелігенція, студентство, частина бізнесменів. В розвинених країнах саме середній клас виступає основним споживачем духовних і художніх цінностей. Як тільки цей клас фінансово зміцніє, ... арт-ринок оживе» [6, 92].

Ще більше означений парадокс розшарування вітчизняного художньо-галерейного простору впаде в око при максимальному відвідування мало не кожної столичної арт-події. В одному і тому ж мистецькому ареалі одночасно є місце двом протилежним явищам. І успішному експонуванню вітчизняного мистецтва за кордоном, ефектним арт-подіям на зразок «Арсенале» чи «Гогольфесту», розкішним резонансним експозиціям. І так само невиправдано високим комунальним тарифам за користування художніми майстернями, зниження соціального статусу, престижу й заробітків основної маси художників, невизначеність юридичного й соціального статусу митця, недосконалість законів стосовно людей творчих професій та, як наслідок, гіркою вислову В. Гуріна – народного художника, професора і завідуючого кафедрою живопису Національної академії образотворчого мистецтва і архітектури на відкритті всеукраїнської виставки на честь дня художника 7.10.2016 «Нас тільки дустом ще не труїли» [2]. Враховуючи те, наскільки сильні та видатні за своїм мистецьким рівнем художники можуть не потрапити до заповітного рейтингу найвпливовіших художників, явище виглядає парадоксальним. Однак воно сформувалося саме у поєднанні історико-культурологічного фактору та ринкових особливостей.

З одного боку, десятиріччями вітчизняний художник не потребував комерційної «розкрутки», а членства в Спілці художників й тематичної відповідності, продиктованої чи не на державному рівні. І тепер, при зміні мистецько-культурної парадигми, умовою успішності стало вміння грати в описаний вище «конформізм навпаки». Тоді як в західноєвропейському просторі ніщо не заважало розвиткові арт-ринку відповідно до його логіки. З іншого боку, за неписаними (проте, непохитними) правилами художник «знижує свій статус» якщо сам пропонує свою творчість тим же арт-дилерам. Втім, це не стосується випадків якщо перед нами заможна та комерційно успішна арт-персона, яка має додаткові ресурси й достатньо впливова сама собою. Описаний додатково сприяє впливовості кураторів, арт-критиків чи мас-медіа. М. Суворов пише: «... часто кажуть, що «талановитий» витвір в сучасному мистецтві створюється... арт-критиком, що творить суспільний міф про цього художника. В сфері подібної міфології створюється мода на певні манери та образний ряд у мистецтві або просто мода на роботи даного майстра... Часто талановитий художник може бути невідомим публіці тому, що він не втягнутий у процес оберту витворів мистецтва» [6, 97]. Тож, фінансова успішність художників не настільки пов'язана з їх мистецькими якостями, як це може бути в західноєвропейському арт-просторі. М. Суворов зазначає, що «Фінансовий успіх, як правило, супутній тим... художникам, які зуміли влаштувати виставки в розвинених європейських країнах та здійснили там вдалі продажі. Дана формальна ознака характеризує активність художників та вміння вести свої фінансові справи» [6, 92]. Що тільки підкреслює важливість тандему «художник-галерист» як складову успішної кар'єри художника. На цьому заснований вислів С. Пояркова, що «На українському ринку нема нічого смішнішого, ніж рейтинги художників... адже ці рейтинги роблять ті, хто просуває художників» [8].

Найвідомішим випадком, коли меценат фактично сплачував художнику чималі суми на зразок заробітної платні, натомість створюючи новий суспільний міф про певного художника та «створюючи йому ім'я» при умові експонування творів тільки на його умовах та обмеження співпраці виключно із ним був випадок тандему «Пеггі Гуггенхейм-Джексон Поллок». У вітчизняному арт-просторі мало хто має достатньо ресурсу повторити тактику «великої Пеггі». А при такому її повторенні слід враховувати, що в разі поразки збиток художника може варіюватися від необхідності набуття «соціального капіталу» й клієнтів «з нуля» до повного або часткового випадіння з оберту. Й саме ім'я арт-дилера-куратора-галериста має бути достатньо відомим і слугувати гарантом одночасно ресурсності й чесності з художником на арт-ринку. Крім того, сам галерист має посилити свою виставкову й продажну активність щодо обраного художника. Галереям же закритого типу означена тактика Пеггі Гуггенхейм не підходить взагалі. Але, на жаль, випадки подібних блефових обіцянок чи недооцінення специфіки вітчизняного арт-ринку присутні. Особливо якщо пам'ятати, що в Україні поки що для переважної більшості платоспроможних осіб мати власну колекцію не завжди тотожно статусу. Або здійснює закупа, дотримуючись не мистецького чуття або смаку, а встановленої моди на певні стиль та імена в мистецтві.

Найкращим випадком співпраці художника із галереєю буде той, коли йому, крім виставок, надається участь у арт-фестивалях, пленерах і міжнародних виставках. Привабливо виділяється галерея, яка одночасно видає його каталоги, мистецьку літературу й арт-періодику. Найбільша увага привертається, коли галерист експонує роботи на міжнародних виставках, організовує лекції, творчі вечори, воркшопи або навіть створює мистецькі школи. Але найголовніше в цьому тандемі – повага. Тільки вона гарантує художникові з боку галериста умови комфортної співпраці, повагу до індивідуальних особливостей його творчого процесу, психологічних рис, реакції на критику тощо. Найгірший випадок, коли на творчу особистість чинять тиск, контролюють творчий процес без розуміння його особливостей чи створюють кабальні умови співпраці чи відверто ошукують. М. Кушнар'ова та І. Бариш-Тищенко наводять випадок художника М. Вайсберга, на якого чинили психологічний та економічно-ресурсний тиск та не віддавали роботи під приводом «праці із ними» [2]. Проте випадки коли галерея акумулює велику кількість робіт та під різними приводами не віддає їх художникові чи змушує підписати договір кабального типу, на жаль, є одним з типових порушень галеристом прав художника. Через недостатньо допрацьовану законодавчу базу творчій особистості захистити їх буває важко. Відомий мистецтвознавець О. Петрова в своїй статті, датованій 1997 р., викриває випадок неабиякого шахрайства галеристки Н. Кривуци, коли нею було привласнено більше 2 тис. витворів мистецтва, та робить гіркі висновки про повну відсутність цивілізованого арт-ринку в Україні. «Художники України отримали чимало уроків цинічного до себе ставлення... Дилери схожі на Кривуцу... користуються безвихіддю художників – скуповують в них роботи за 50-120 доларів за полотно... Байдуже ставлення держави до національної культури, зокрема в арт-бізнесі, також не сприяють появі цікавості вітчизняних ділових людей до мистецтва. Галереї на свій страх і ризик у край несприятливих умовах починають закладати основи малого бізнесу на арт-ринку. Нажаль, багатий клас... на нього не квапиться. Тому є вагомі причини: цій соціальній групі не вистачає освіти, духовного розвитку, усвідомлення цінності мистецтва в побуті. Покупцями українського мистецтва досі лишаються в першу чергу іноземці – дипломати, бізнесмени або інтелектуали» [5].

Від моменту, коли шановна О. Петрова писала у цій статті «... нині відчувається синдром закритих кордонів, психологічні складності при переході до ринкового мислення, віддаленість від цивілізованої галерейної системи, відсутність самої професії менеджера-галериста й правил арт-бізнесу [5] минуло дев'ятнадцять років. Звісно, весь цей час позитивна динаміка українського арт-ринку триває. В 2001 р. було засновано Інститут проблем сучасного мистецтва – єдину науково-дослідну установу в Україні, 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, розвиток національної культури, підготовку та видання монографій і збірників наукових праць з магістральних напрямів наукової діяльності Інституту, підготовку наукових кадрів вищої кваліфікації зі спеціальності теорія та історія культури. Вже в 1995 р. задля структуризації арт-ринку, запровадження цивілізованих форм конкуренції та стосунків з художниками, мистецтвознавцями, менеджерами, спонсорами створено Асоціації арт-галерей України. В переліку дисциплін Київського національного університету культури і мистецтв з'явилася дисципліна «Арт-галереї та сучасний ринок культурних цінностей». В структурі Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв наявний Інститут практичної культурології та арт-менеджменту. Активно розвиваються недержавні арт-центри України, сформувалося певне коло кураторів. Українські проекти відомі на Венеціанському бієнале, а в 2010 р. українська делегація взяла участь у міжнародному мистецькому арт-ярмарку «Арт Базель» (Швейцарія). М. Кушнар'ова в 2012 р. докладно аналізувала стан образотворчого мистецтва та галерейної справи в Україні не приховуючи проблемних питань [2]. На момент дослідження вона наводить багату статистику галерейної діяльності, яка відбувається попри відсутність державної підтримки та внеску Національної спілки художників України, але тут же зазначає: «... ситуація виглядає доволі парадоксальною: з одного боку, враховуючи кількість галерей і мистецьких центрів у сучасному Києві, можливостей влаштувати виставку в українських художників побільшало, але для того, щоб скористатися такими можливостями, митець має погодитися на умови (в т.ч. фінансові), що їх диктують власники галерей та арт-центрів. Хіба що митець має бути видатною персоною мистецького світу, щоб галерея вважала за щастя надати свої стіни його творам. Враховуючи кількість членів НСХУ (понад 4 тисячі осіб), нескладно визначити, наскільки невисокими є шанси пересічного художника влаштувати свою персональну виставку. Йому лишається хіба що подавати свої твори на всеукраїнські колективні виставки, що регулярно відбуваються у Будинку художника» [2].

Національна спілка художників України нині суттєво втрачає свої позиції, хоч і активно проводить виставки та частково зберегла свої виставкові зали, майстерні та будинки творчості. Та все ж бажаних вступити в неї не меншає. Членство в НСХУ надає можливість безкоштовної участі у всеукраїнських тематичних виставках та участі в творчих пленерах. До того ж, член НСХУ звільнюється від сплати досить високого податку. Тоді як аматора можуть змусити до реєстрації себе як приватного підприємця та відповідно оподатковувати. Але жодного руху щодо соціальної підтримки художника НСХУ не має здійснювати. Чим активно користується в деструктивному сенсі певний тип чиновників. І продажів робіт на спілчанських виставках не проводиться. Проте їх активно відвідують галеристи й арт-критики, що може стати відповідним шансом для художника. На питання, який ще існує сенс ставати членом НСХУ, коли значно більші ресурсно-фінансові зиски можуть надати недержавні арт-центри,

художник та член НСХУ Т. Зайченко відповідає так: «Це подвиг людей, які вкладають життя й душу в розвиток мистецтва України. Зараз треба мати певну мужність щоб продовжувати займатись медициною, наукою чи бути художником. Ми – одні з тих, що продовжують це» [3].

Сучасний художник знаходиться у суперечливому становищі. НСХУ більше не забезпечує його замовленнями і не надає ресурсної підтримки й статусу, як це було за часів СРСР. В сучасному суспільстві існує активна пропаганда певного культу успішної людини, яка «сама себе зробила». І згідно з цим споживацьким міфом, якщо ти не вкладаєшся в нові прокрустові рамки «успішності», то вважаєшся «невдахою», «недостатньо мотивованим» або тим, хто «насправді не хоче успіху». Проте для арт-ринку бізнес-стратегії можуть і не підходити в чистому вигляді. Незважаючи вже на те, що у випадку західноєвропейського й вітчизняного арт-ринків доводиться мати справу із різними базовими умовами. Попри активну насичену творчу працю й зацікавленість у активному оберті своїх робіт, художник не може відверто провадити тактику пошуку свого куратора або займатися само піаром. Адже вище зазначено про неписану заборону означеної практики для людей творчих професій. Та й галерист, якому художник відверто запропонує свої роботи відмовить незалежно від його таланту. Тому фактично він перебуває у потенційно стресовому становищі через те, що у психології називають «подвійним посланням». Якщо для так званих «фрілансерів» існують певні біржі, для художників професійного рівню подібного місця зустрічі зі своїм куратором не існує. Чекання ж від інтернет-простору є перебільшеними через необхідність вже суто технічного просування сайту. Інакше той загубиться серед безлічі подібного контенту. Тоді як знаходження арт-галереї «в реальному світі» є суттєвою перевагою. Не поодинокі випадки коли художникам «заводили сайт для розкрутки й продажу», а той себе не виправдовував та виявлявся закинутим. .

Проте обнадіює та пошукова активність сучасних художників, із якою вони провадять творчу активність і тим трансформують арт-ринок. Оскільки НСХУ поступово втрачає свої позиції, можливо, є сенс створення певної групової творчої ініціативи самих художників за зразком Асоціації арт-галерей України задля вирішення непростих питань захисту своїх прав, просування своєї творчості на вітчизняному арт-ринку тощо. До того ж, це зменшило б випадки коли митець потрапляє в деструктивне співробітництво, приміром, із нечесним арт-дилером.

Варто зазначити, що випадки використання щодо художника тактики «ефектного пройдисвітства» в середовищі галеристів можна парадоксально порівняти із недоцільним дотриманням радянської політики в умовах ХХІ століття. Обидва явища однаково є анахронізмами. Тільки ведення справ із художником як із об'єктом для ресурсного тиску й ошуканства нагадує ведення «дикого бізнесу» початку 90-х років. До того ж вони посилюються тим, що для певного типу бізнесменів типові риси творчої особистості підсвідомо сприймаються як «слабкість» віктимної персони, яка «сама напрошується». І коли той стає галеристом, то переносить подібні поведінкові зразки у ведення роботи із художниками. Якщо поведінкові патерни радянської епохи не щезли остаточно за двадцять п'ять років після розвалу СРСР, то вітчизняні ринкові процеси є значно «молодшими» хронологічно. Тому остаточно щезнення «арт-Остапа Бендера» з пострадянського арт-простору є водночас і дискусійним питанням і вимагає проходження досить тривалого часового плину.

Існує також прагнення галеристів контролювати продажі художників. При тому перших цілком можна зрозуміти, оскільки на вітчизняному арт-ринку буває не просто продати витвір мистецтва за ту підвищену ціну, яку ставить арт-дилер. Оскільки митець не має щомісячної зарплати й низки соціальних гарантій, довше очікування продажів спричиняє зниження якості його життя. Тому, стикнувшись із тим, що його витвори не продаються так швидко й надійно як сподівався, художник стане встановлювати прямі контакти із покупцем. При тому, хоч і підвищуються шанси продати роботи за нижчу ціну, підвищуються й ризики, приміром, натрапити на нечесного покупця різних варіантів. До того ж, художник який свідомо йде на варіант заробітку через часте писання робіт при зниженні ціни психологічно й морально виснажує себе означеним «конвеєром» чи почуватися знеціненим. Існує також законодавча недосконалість стосовно вивезення творів за кордон, податкового законодавства та недостатня розвиненість інституту меценатства тисне й на галериста. Що додатково ускладнює кар'єру художника на сучасному арт-ринку. О. Петрова слушно зазначає: «Поки з тих, хто спонсорує мистецтво не буде знято податки, до тих пір вся культурна сфера, зокрема арт-ринок, приречена на напівінфарктне існування. Непідготованість наших законодавців не дозволяє їм скористуватися економічним механізмом Заходу в стосунках між бізнесом та культурою... За... існування незалежної України в ній не прийнято закон про ліквідацію податків на добродійність, не сформульовано статус галерей. Їх реєструють як комерційні структури, за зразком дрібних ремісничих підприємств. Податкова служба, в функції якої не входить диференціація комерційних установ, вимагає від галерей податків у такій мірі, в якому отримує їх від приватних виробників. Галерея іноді за декілька місяців не продає жодного витвору... Цікаво, що арт-фестивалі й наукові конференції, які... влаштовує Віктор Хаматов, фактично не себе ті функції, які мало б виконувати Міністерству культури і мистецтв України... Стосовно Спілки художників України, то її корумповане керівництво вирішує власні проблеми, відкидаючи художників [5] На жаль, описані О. Петровою проблеми на законодавчому рівні досі чекають свого вирішення.

Висновки. Можна помітити, що чим більше долаються негативістська ригідність державної політики щодо мистецтва, тим конструктивніше складається культурний розвиток. Так само, чим більше арт-

галерея дотримується гармонійного балансу між комерційною установою і творчим осередком, тим привабливішою вона є для художника і водночас отримує ресурс для впливу на арт-ринок. Адже, якби не вважала певна когорта молодих кураторів, без художнього середовища не виникає інституту кураторства та галерейного простору. Звертає на себе увагу також те, що досі не розроблено навіть неписаного кодексу галериста і його співпраці з художником. Тоді як кодекс етики антиквара існує. Проте, попри всі складності, розвиток арт-ринку України є досить активним. Частково через активну вмотивованість й самовідданість тих, хто його створює та наявність можливостей активного розвитку, відкритість до конструктивного досвіду (навіть якщо через вітчизняні ресурсні особливості його доводиться використовувати специфічно). Напрямки, стилі й форми мистецької діяльності скоріше розширюються, ніж звужуються, мистецьких подій стає тільки більше, сама структура вітчизняного арт-ринку поступово розгалужується й вдосконалюється. Що, в свою чергу, сприяє конструктивному розвитку співпраці художника із кураторами та галеристами й інтеграції в європейське мистецьке середовище. Розвиток етики й певного кодексу стосунків художника із галеристом, попри свою формальну незафіксованість, формується. І основні його постулати здатні створювати не лише галеристи й куратори, а й художники.

### **Література**

1. Бариш-Тищенко І. А. Аналіз стану і тенденцій розвитку образотворчого (візуального) мистецтва, фотомистецтва та галерейної справи в Україні [Електронний ресурс] / Бариш-Тищенко І.А., Кушнарєва М.Б. та ін. – Режим доступу: <http://culturalstudies.in.ua/2012-10.php>.
2. Запис розмови із В. Гуріним 7.10. 2016.
3. Запис розмови із Т. Зайченко 10.10. 201.
4. Льюїс Б. Современное искусство: великий мыльный пузырь (The great contemporary art bubble) / Б. Льюїс // Великобританія, документальний фільм студії «ВВС», 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ex.ua/71592313>.
5. Петрова О. Н. Арт-рынок в Украине / О. Н. Петрова // Зеркало недели. – 22.07.1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gazeta.zn.ua/CULTURE/art-rynok\\_v\\_ukraine.html](http://gazeta.zn.ua/CULTURE/art-rynok_v_ukraine.html).
6. Суворов Н. Н. Галерейное дело. Обращение призведений искусства / Н. Н. Суворов. – СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки», 2015. – 288 с.
7. Хук Ф. Завтрак у Sotheby's: Мир искусства от А до Я / Ф. Хук. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. – 416 с.
8. Шаправский Р. Коммерсанты с мольбертом. Обзор арт-рынка Украины. – 23.12.11 / Шаправский Р., Сычев А. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.statuspress.com.ua](http://www.statuspress.com.ua).
9. Элиаде М. Аспекты мифа [Електронний ресурс] / М. Элиаде. – М.: «Инвест – ППП», СТ «ППП», 1996. – 240 с. – Режим доступу: [http:// proxy.michaelcristina. com/ flibusta.net /b/122236/read](http://proxy.michaelcristina.com/flibusta.net/b/122236/read).

### **References**

1. Barish-Tishenko I.A., & Kushnareva M.B. (2012) Analiz stanu i tendency rozvitku obrazotvorchogo (vizualnogo) mistectva, fotomistectva ta galereinoi spravi v Ukraine/ Retrieved from: <http://culturalstudies.in.ua/2012-10.php> [in Ukrainian]
2. Zapys rozmovy iz V. Hurinym 7.10. 2016
3. Zapys rozmovy iz T. Zaychenko 10.10. 201
4. L'yuis B. (2009). Sovremennoe iskusstvo: velikij myl'nyj puzyr' (The great contemporary art bubble). Documentary. United Kingdom. BBC-Studio», 2009.- Retrieved from: <http://www.ex.ua/71592313> [in Russian].
5. Petrova O. N. Art-rynok v Ukraine (22.07.1997). Zerkalo nedeli. Elektronnij resurs – Retrieved from: [http://gazeta.zn.ua/CULTURE/art-rynok\\_v\\_ukraine.html](http://gazeta.zn.ua/CULTURE/art-rynok_v_ukraine.html) [in Russian].
6. Suvorov N. N. (2015). Galerejnoe delo. Obrashhenie prizvedenij iskusstva. SPb.: Lan'; Planeta muzyki [in Russian].
7. Khuk F. (2016). Zavtrak u Sotheby's: Mir iskusstva ot A do YA. SPb.: Azbuka, Azbuka-Attikus [in Russian]
8. Shapravskij R., Sychev A. (23.12.11.) Kommersanty s mol'bertom. Obzor art-rynka Ukrainy. Retrieved from: [www.statuspress.com.ua](http://www.statuspress.com.ua) [in Russian]
9. Ehliade M. (1996) Aspekty mifa. M.: «Invest – PPP», ST «PPP». Retrieved from: [http:// proxy.michaelcristina. com/ flibusta.net /b/122236/read](http://proxy.michaelcristina.com/flibusta.net/b/122236/read) [in Russian]

*Стаття надійшла до редакції 22.11.2016 р.*