

**ВІТЧИЗНЯНІ ТА СВІТОВІ ВИМІРИ  
УКРАЇНСЬКОГО  
АРТ-РИНКУ**

*(оглядова довідка за матеріалами преси,  
неопублікованими документами та Інтернету 2015 р.)*

Однією із візитних карток самобутнього професійного мистецтва у світі є арт-ринок. Арт-ринки і Європи, і Америки розвиваються уже протягом століть. Світовий оборот культурних цінностей, за різними підрахунками, становить від 120 мільярдів до 1 трильйона доларів. Щорічно офіційно предметів мистецтва продають на суму близько 20 мільярдів доларів.

Але і наша держава не стоїть осторонь від світових культурно-мистецьких процесів. Ринок сучасного мистецтва України за останні п'ять-шість років якісно і кількісно змінювався. Ріс, стрімко падав і знову відроджувався – практично з попелу. Втім, 2016 рік вселяє надії на його остаточне одужання.

Криза 2009 року безпосередньо вплинула на продажі. Причому вплинула позитивно. Дилери, галеристи, аукціоністи, які раніше займалися лише класикою, раптом зацікавилися сучасними авторами. Причина проста: колекціонери неохоче витрачали гроші на мистецтво, а тому дорогу класику стали купувати в менших обсягах. Тож, цей період став світанком ринку українського contemporary art.

«У 2009 році виникла необхідність шукати альтернативу. Нею виявилось сучасне мистецтво. Ми зрозуміли, що класика і contemporary – це два абсолютно різні і цікаві світи й арт-ринки, в яких колекціонери та дилери не перетинаються. Ціни на витвори класичного мистецтва сильно залежать від економічної ситуації в країні. З сучасним мистецтвом трохи інакше. Роботи молодих сучасних авторів може дозволити собі купити більша кількість людей, шляхом невисоких цін і широкого вибору», – зазначає М. Василенко, співвласник аукціонного дому «Золотое Сечение» [1].

2010–2012 роки стали часом серйозного зростання для українського сучасного мистецтва. Збільшення попиту на нього з боку колекціонерів спровокував «вихід з тіні» величезної кількості художників і появу на арені нових імен. Серед них: А. Волокітін, Р. Мінін, М. Деяк, Ж. Кадирова, А. Логов, М. Кравцов і багато інших.

На думку приватних дилерів і аукціоністів, погоду на ринку сучасного мистецтва в 2010–2011 рр. створював колекціонер І. Воронов. «Часом він купував по 30–50 робіт з одного аукціону. Своїм прикладом він надихав і інших колекціонерів», – уточнює М. Василенко.

У 2010–2013 роках українські сучасні художники зробили прорив і на світовому ринку мистецтва. Гучні продажі робіт А. Криволапа привернули увагу до українських актуальних авторів. У 2011 році на аукціоні Phillips при естимейті 30–50 тис. фунтів стерлінгів робота «Кінь. Ніч» пішла за 79 250 фунтів стерлінгів. У 2013 році на тому ж аукціоні картину Криволапа «Кінь. Вечір» було продано за 122,5 тис. фунтів при естимейті 50–70 тис. Були й інші українські зірки, роботи яких на аукціонах Sotheby's і Phillips продавалися з гарними торгами: О. Тістол, О. Животков, О. Ройтбурд, О. Гнилицький, А. Савадов, І. Чичкан, М. Вайсберг та інші.

Український ринок мистецтва перейняв тенденції світового – збирати предмети мистецтва стали не тільки багатії, а й представники середнього класу. «Ще 15–20 років тому не лише в Україні, але і в інших країнах колекціонування вважалося розкішшю. Але ситуація змінилася. Для середнього класу колекціонування стало модою – як машини або брендовий одяг. У 2010–2012 рр. найпопулярнішою ціновою нішею для сучасного мистецтва в Україні став сегмент, де продавалися роботи від 1 до 5 тис. доларів», – підтверджує мистецтвознавець О. Василенко. У США і Великобританії, де грошовий обсяг арт-ринку в сотні разів більший, ніж в Україні, середній клас може дозволити собі роботи і за 50 тис. доларів.

У 2013 році політична криза спровокувала економічну. «Полетіло» у прірву і мистецтво. Причому всяке – як класика, так і contemporary art. При цьому натхнені подіями в країні художники створювали величезну кількість робіт, які не мали високий попит. Причина – відсутність зайвих грошей у середнього класу й ощадливість заможних колекціонерів у непрості часи. Ринок заморозився [1].

У 2014 році ситуація почала змінюватися в кращий бік. В основному завдяки зусиллям самих гравців, які намагалися розбуркати колекціонерів. І їм це навіть вдавалося. Приміром, восени 2014 року на торгах аукціонного дому «Золотое Сечение» було продано 50% лотів. При тому, що в цілому продажі на ринку впали на 50%, а ціни – мінімум на 20–30% у порівнянні з успішним 2012 роком. У 2014 році також відбулося кілька благодійних аукціонів. Наприклад, «Дукат», де було продано близько 35% творів сучасного мистецтва. Решта благодійних торгів були організовані тими, хто не є професійними аукціоністами. Але і в таких торгах є свої плюси: після кожного заходу з'являлася пара-трійка нових колекціонерів.

2014 рік став успішним для українських авторів на зарубіжних торгах. Приміром, 25 листопада 2014 року в Лондоні відбувся аукціон Sotheby's в секції Contemporary East, за підсумками якого 9 з 10 українських лотів пішли з молотка. Найжвавіші торги велися за роботу О. Тістола «Кавказ»: при оцінювальній

вартості в 5–7 тис. фунтів стерлінгів лот продали за 15 тис. Двома роками раніше цей твір було продано на аукціоні «Золотого Сеченія» за 5,5 тис. доларів. Таким чином, ціна цієї роботи за два роки зросла більш ніж у чотири рази. Полотно В. Сидоренка «Експірація» – найдорожчий український лот на лондонських торгах – пішло з молотка за 20 тис. фунтів.

Серед інших позитивних тенденцій 2014 року – поява зовсім нових покупців. Що знов-таки корисно для сучасного мистецтва. Тренд появи нових збиранців продовжився і в 2015 році. Саме завдяки їм цінний сегмент мистецтва 1–5 тис. доларів за роботу став поступово відроджуватися, і в 2016 році, за прогнозами експертів, зміцниться на ринку [1].

Події в Україні, які не сходили з перших шпальт міжнародної преси, серйозно вплинули на впізнавання країни. Разом з увагою до українських подій, зростає й інтерес до українських сучасних художників, та, як наслідок, – підвищувалися ціни на їхні роботи. Тож, вітчизняні митці отримали реальний шанс вийти на світовий арт-ринок.

Українські художники стали дуже популярними та потрібними на іноземних виставках та аукціонах. Колекціонери зі всього світу намагаються придбати собі роботи наших співвітчизників за десятки тисяч доларів [2].

2015 рік, взагалі багатий на культурні події, також став роком рекордів з продажу мистецтва як через приватні купівлі, так і на міжнародних аукціонах. В українському сучасному мистецтві теж відбувалося багато важливих подій. Попри зовнішню агресію та фінансово-економічну нестабільність, в Україні продовжує розвиватися Contemporary Art. Варто зазначити, що ціни у 2015 році на арт-ринку значно знизилися, що й дало поштовх молодим авторам заявити про себе. Стимулом стала поява молодих колекціонерів, які жваво почали цікавитися сучасними українськими митцями.

Також у 2015 році на міжнародних аукціонах з'явилися нові імена молодих українських авторів таких, як С. Рябченко та О. Золотарьов. У лютому відбувся рекордний продаж роботи українських фотохудожників Віталія та Олени Васильєвих. Їхню фотороботу із серії «Апокаліпсис в мистецтві» було продано в Лондоні аукціонним домом Phillips за рекордну як для українського арт-ринку суму \$205 785.

До рейтингу найдорожчих продаж 2015 року потрапили також: А. Криволап («Засліплений горизонт», 2011. Лондон, аукціонний дім Sotheby's; продана 1 грудня 2015 за \$ 41,517), В. Сидоренко (робота із циклу «Ultra-C», 2001. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 9 грудня 2015 за \$ 22,000), А. Савадов («NO TIME TO WASTE». Лондон, аукціонний дім Sotheby's; продано 2 червня 2015 за \$ 19,025), О. Животков («Вітер», 2014. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 9 грудня 2015 за \$ 16,000), Г. Москвітїна (із серії «Sparkle», 2010. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 9 грудня 2015 за \$ 12,205), Ю. Соломко («Лондон G8», 2008. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 13 квітня 2015 за \$ 11,800), Р. Мінін («Генератор донецького метро», 2014. Лондон, аукціонний

дім Sotheby's; продано 2 червня 2015 за \$ 11,415), Анна Криволап («Ленти IV», 2014-15. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 9 грудня 2015 за \$ 11,000), М. Деяк («Простір», 2013. Київ, аукціонний дім «Золотое Сечение»; продано 23 вересня 2015 за \$ 10,500), Н. Білик («Дош», 2013. Нью-Йорк, аукціонний дім Phillips; продано 4 березня 2015 за \$ 10,000), О. Тістол («Магазин Monet», 2015. Київ, аукціонний дім ACG; продано 5 грудня 2015 за \$ 8,800), І. Марчук («Місячні квіти», 1976. Київ, аукціонний дім «Золотое Сечение»; продано 11 грудня 2015 за \$ 7,500), М. Гейко («Натюрморт на білому фоні», 2004. Київ, аукціонний дім «Золотое Сечение»; продано 17 березня 2015 за \$ 6,500), Я. Бистрова («Іконостас», 1989. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 9 грудня 2015 за \$ 6,000), С. Рябченко («Electronic Notos», 2015. Лондон, аукціонний дім Phillips; продано 9 грудня 2015 за \$ 5,000) [3].

Прикладом успішного просування вітчизняних митців на міжнародному арт-ринку стали торги «Under the Influence» аукціонного дому Phillips, проведені у столиці Великої Британії у квітні 2015 році. За традицією на них представляють, в основному, покоління молодих, але вже впливових художників, а також маловідомі роботи іменитих авторів. Серед проданих робіт – 6 українських лотів. Робота В. Сидоренка із серії «Левітація», добре відомої міжнародним колекціонерам, була придбана за \$15500. Картина Ю. Соломка «Лондон G8» пішла з молотка за \$11800. Таку ж ціну – \$11800 – виручили за картину О. Животкова з циклу «Дороги. Напрямок північно-схід». Молодий художник Р. Мінін представив на цих торгах 2 лоти в характерній для нього тематиці шахтарського Донбасу: живопис «Комплекс повноцінності» куплено за \$3650, а невелику пластику «Клітка» – за \$1300. Езотеричний живопис художниці Taisha 3,14 «По троє не можна–2» було придбано за \$3650 [4].

Таким чином, українські митці активно займають певне місце на міжнародному арт-ринку, який знову демонструє тенденцію до зростання обсягу продажів, якості робіт, появи нових персоналій. По суті, вже продається не просто ім'я, а річ. Це означає, що зростання ринку забезпечено не тільки піаром і популярністю автора, а його основою стає якість твору.

Разом з тим на вершині продажів тримаються докризові зірки. Це пов'язано як із суб'єктивними причинами, наприклад, упізнаваністю, так і з об'єктивними – проекти підтверджують справедливість цін.

В останні роки українське мистецтво не раз демонструвалося за кордоном у виставкових проектах в Лондоні, Відні та Парижі, наші художники брали участь у торгах Sotheby's і Phillips. І навіть якщо серед робіт, які виїжджали за кордон, досі переважає традиційна технологія – живопис, можна впевнено констатувати наявність інтересу до нашого мистецтва. Цей інтерес розвивається повільно, і не завжди заснований на об'єктивних критеріях оцінки якості та перспектив того чи іншого імені або стилю. Такий темп властивий арт-ринку. Втім, можна стверджувати: українське мистецтво успішно просувається до завоювання світових позицій. Українські художники вже отримали шанс брати

участь у світовому арт-марафоні, однак для завоювання топ-позицій потрібен не тільки час, але й здатність вливатися в загальносвітовий культурний контекст.

Певне відставання зумовлено тим, що не всі роботи, гідні стати частиною світового культурного надбання, отримали право бути представленими світу. Вітчизняні митці лише частково «засвітилися» там, де формуються арт-бренди. Чому так? Одна з причин – нерозвиненість внутрішнього арт-ринку, недостатня кількість професійних гравців. У проектах і продажах досі беруть участь лише ті, хто пройшов багаторічну обробку на внутрішній сцені, і частіше в традиційному ключі. І, на жаль, зовсім немає інших – у чийх студіях виникають мультимедійні речі, створені за допомогою новітнього технологічного інструментарію. Адже сучасне мистецтво вже давно розвивається шляхом високих технологій.

Ще один недолік, що не дозволяє визначити реальних лідерів процесу, – це відсутність в Україні нормальної взаємодії між усіма учасниками ринку (музеями, некомерційними і комерційними інституціями, експертними співтовариствами, критиками) [5].

Також тематика робіт українських митців не завжди зрозуміла західному глядачу й потенційному покупцю творів. Так, на думку британського художника Майка Мерфенка, який останні 17 років мешкає у Києві, за кордоном не розуміють картини українських художників на тему війни з Росією. За словами художника, торік, на виставці у Маямі, він показав свою картину «Люби мене». «Намалював чоловіка, який погрожує жінці пістолетом. Картина про Росію та Україну. За кордоном цього не зрозуміли. Одна жінка підійшла і сказала: «Це історія про мене. У молодості була моделлю. Один гангстер закохався в мене і хотів, щоб відповіла йому взаємністю. Бив мене, приставляв до горла ножа, погрожував пістолетом». Інші відвідувачів теж побачили у цій картині себе». Тобто, щоб вітчизняне мистецтво мало попит за кордоном, треба обирати універсальні теми, що будуть зрозумілі у різних частинах світу [6].

Ведучи мову про рейтинг, також треба враховувати різні критерії. Існує безліч методик, які виявляють перших. Але всі вони грішать однобокністю. Наприклад, Art Fact та інші міжнародні арт-портали використовують у визначенні лідерів не тільки результати продажів, але й кількість відвідувань Інтернет-сторінок тих чи інших художників, відгуки любителів та професіоналів. Інші рейтинги професійних арт-видань складають на підставі опитування провідних гравців ринку (від кураторів, музейних працівників і теоретиків до галеристів і колекціонерів). Однак не можна забувати, що такі експерти можуть бути упередженими в оцінках і на них впливає загальна атмосфера в арт-середовищі і мода.

Ще один, відносно об'єктивний критерій – це прецеденти продажів. Але й він не універсальний. На ринок, особливо вторинний, не щороку потрапляють програмні або найкращі речі художника, і тому важко вивести той самий топ продажів, який би визначав його статус. Особливо коли в одній упряжці опи-

няються рівні серед рівних – засновники різних напрямків у мистецтві, які вже стали частиною історії [5].

Тож, особливо актуальним є не просто передача на ринок різних творів, а представлення їх у рамках певної художньої концепції. Розробка такої концепції – це переважно задача не художника, а куратора. І тут дуже важливим для розвитку арт-ринку стає саме проблема формування в Україні повноцінного інституту кураторства.

Перші ознаки виокремлення кураторства із загальної маси художніх практик з'явилися лише наприкінці 60-х рр. минулого століття. А в Україні з інституцією кураторства зіштовхнулися лише в 90-ті роки. Однак за двадцять років кураторство у нашій державі не окреслилося як незалежна галузь через брак відповідної освіти, яка б готувала досвідчених кураторів, а також інституцій, які мають бажання та можливості працювати з куратором. Саме тому маємо лише поодинокі приклади якісних кураторських проектів.

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. Вдалий проект 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 виступає робота з артикуляцією проекту, його контекстуалізація. При цьому куратор повинен мати можливість вибору відповідного формату – як у стінах інституцій, так і в міському просторі. Саме куратор сприяє адекватному представленню робіт, створює контекст їх експонування, формує певне висловлювання. Кураторський проект – це аналіз сучасної художньої ситуації, результатом такого аналізу постає не текст, а експозиція. Комунікативна роль між кураторським проектом і експозицією належить освітнім програмам, які формуються довкола виставки (лекції, зустрічі, дискусії). Такі програми повинні окреслювати більш широкий контекст, ніж пропонує експозиція.

Тобто куратор чи куратори повинні мати чітке розуміння того, що вони презентують та навіщо вони це презентують. Це розуміння має простежуватися на всіх етапах – від формування концепції та піару до роботи з глядачем.

Втім, кураторам сьогодні просто бракує певного простору відкритих для пропозицій інституцій. Також, окрім продукування якісних проектів, куратор самотужки змушений виробляти методологію та інструментарій [7].

І це є певною проблемою, що негативно впливає й на функціонування арт-ринку. Бо, на думку фахівців, мова про аукціонні продажі, дійсно, не може йти за відсутності якісних виставок з кураторським підходом. Інакше грамотний колекціонер побачить у цьому елементи гри з боку художників і їх представників. Будь-які публічні продажі повинні підкріплюватися виставковою роботою – від арт-ярмарків до серйозних музеїв і галерей [8].

Дуже важливим для арт-бізнесу є й можливість художника постійно створювати нові якісні професійні роботи, а це напряму залежить від умов, в яких працює художник. Зокрема, це стосується творчих майстерень.

Творча майстерня для художника – невід’ємний елемент творчого процесу. Оскільки цей процес спирається не лише з ірраціональних речей, таких, як творче натхнення, а й з ремесла. Тому важко уявити творчий процес, наприклад, скульптора, у приватній квартирі. Сьогодні майстерня стає для художника майже недосяжною розкішшю. На тлі економічної кризи, військових дій, зростання цін та інших чинників, попит на художні твори впав, а тарифи на комунальні послуги та теплопостачання зросли для художніх майстерень у кілька разів. Сьогодні оплатити тепло в майстерні можуть далеко не всі художники. Уже другий рік частина художників тепло включає лише на три місяці, а в деяких блоках майстерень воно взагалі відсутнє, бо його вартість сягає від 1000 до 6000 грн на місяць. До проблем з тарифами додається також проблема із введенням податку на нерухоме майно для організацій усіх форм власності, нових форм оплати земельного податку та оренди приміщень комунальної та державної власності.

Таке враження, що наші державники задалися метою винищити митців як клас. І все це відбувається за часів, коли культура і мистецтво повинні бути другим ідеологічним фронтом боротьби України із зовнішньою агресією [9].

У Києві сьогодні 525 майстерень Національної спілки художників України, що побудовані коштом спілки та є її власністю, 58 орендованих приміщень та 168 майстерень, що художники орендують у приміщеннях нежитлового фонду Києва. До останнього часу київська влада надавала пільгову оренду для членів НСХУ. Але зараз ситуація кардинально змінена – приміщення до 20 кв. м оплачуються у розмірі 1% від комерційної вартості приміщення, більше ніж 20 кв. м – 4%. При цьому значно ускладнилася процедура оформлення оренди, а оцінка приміщення відбувається коштом орендаря. Користуючись тим, що не всі художники розібралися у нових правилах оплати, деякі чиновники виставляють суму річної плати за один місяць.

Численні звернення Національної спілки та митців до державних органів влади поки що не дали жодного результату. Єдиний позитивний результат: за підтримки Міністерства культури України вдалося змінити методику нарахування плати за приміщення державної форми власності для професійних творчих працівників з 3% до 1% від комерційної власності майна.

«Хотілося б говорити про художні майстерні як про осередки культури, місце де живуть музи й твориться мистецтво, а не про заморожені квадратні метри, що зжирають усі кошти художника, не даючи можливості повноцінно працювати взимку», – наголошує Н. Кохаль, заступник голови Київської організації НСХУ.

А за словами художника О. Животкова, «майстерня для художника – це його життя... Якщо не буде майстерні, звісно, митець може працювати в ямі чи

наметі, але це не правильно, бо ми все ж таки цивілізована держава, і Україна гідна бути європейською державою... Митцю сьогодні розраховувати нема на кого. За умов, у які сьогодні художника поставили з платою за майстерні, мої колеги змушені економити практично на всіх елементарних речах, навіть на гарячій воді».

«Існує така думка, що художнику не потрібна майстерня, лише куратор та виставковий простір, – підкреслює художниця О. Хомякова. – Але ж створення роботи потребує часу й місця, матеріалів, а ще усамітнення та концентрації... Художнику потрібен простір, відокремлений від решти його життя, де він може знаходитись необмежену кількість часу для актуального творчого процесу. Художник і майстерня – це нерозривний ланцюг. Якщо розірвати його – втратиться цілісність самої людини-митця. Я вважаю, що не можна уявити художника у творчому процесі відокремлено від належного та прилаштованого для цього процесу простору, який зветься „майстерня”».

Продовжуючи цю думку, можна зазначити, що проблеми з майстернями негативно впливають на якість та продуктивність роботи художника, що у свою чергу позначається й на арт-ринку [9].

Важливо також, щоб художник міг орієнтуватися на арт-ринку, умів презентувати та продавати свої твори. Цьому, зокрема, сприяв навчальний курс «Зловити крупну рибу: промоція художника в арт-середовищі», що проводився у Києві з 5 грудня 2015 р. до 10 січня 2016 р. Курс вів український художник Р. Пятковка. На заняттях навчали, як створювати собі ім'я, як презентувати свої проекти і як досягати успіху на арт-ринку. В тому числі, навчали робити власні арт-буки, без яких сьогодні вже неможлива кар'єра сучасного художника [10].

Водночас, фахівці наголошують, що ці освітні проекти не можуть забезпечити широку підготовку кадрів для роботи на арт-ринку.

На Заході є безліч шкіл, курсів по арт-бізнесу, арт-ринку, колекціонуванню. А в Україні, по суті, принципам роботи арт-ринку вчитися ніде. Проходять епізодичні лекції, публікуються окремі матеріали, але питання інвестицій в мистецтво зазвичай обмежується словами «купувати вигідно». Ніхто не піднімає питання: «А чи вигідно потім продавати?». Мати елементи мистецької освіти важливо й колекціонерів, однак її рівень кожен визначає сам. Багато хто починає свій шлях з емоційних покупок, покриває стіни полотнами, а підлогу скульптурами, але коли зустрічає подібного собі колекціонера, розуміє, що їм нема про що говорити, окрім рівня цін. Це багатьох виштовхує з власної его-колекції в зовнішній світ мистецтва, який набагато цікавіший, якщо ділишся досвідом, почуттями та інформацією. Але це лише одна сторона, соціальне спілкування. Є інша: рентабельність колекції. Якщо за нею правильно не доглядати, не забезпечити якісний менеджмент, то прибутковість арт-вкладень знизиться. Тому колекціонерів необхідно знати не тільки історію мистецтва, а й правила його колекціонування: зберігання, юридичний супровід, транспортування, страхування, реставрація та питання експертизи [8].



Показово, що сьогодні на розвиток арт-ринку суттєво впливають новітні технології, зокрема Інтернет. Сотні сучасних художників і ілюстраторів знаходять клієнтів через соціальні мережі. Тепер не потрібно роками мріяти про персональну виставку в музеї, досить зареєструвати аккаунт, завантажити фото картин і начерків, – і ці роботи побачать сотні, а якщо пощастить, то й мільйони. Не кожна реальна виставка може похвалитися такою аудиторією.

«У наше століття Інтернету просто нерозумно не використовувати його можливості, вони просто колосальні! – вважає фешн-ілюстратор Т. Чулкова. – Я і сама їх не до кінця вивчила, але намагаюся використовувати максимально. Інстаграм для мене не просто соціальна мережа з фотографіями – це найпопулярніший додаток, і для багатьох це платформа для бізнесу. Лукавити не буду – Інстаграм приваблює клієнтів. І це здорово. Ще дуже важливий момент: творчій людині дуже важлива підтримка і усвідомлення того, що тебе цінують, а саме в Інстаграмі з'являється безліч шанувальників твоєї творчості... Інстаграм відмінна альтернатива галереям і виставкам».

«Інстаграм – дуже популярна останнім часом, тому не бачу причин нею не користуватися, – наголошує ілюстратор зі Львова Н. Слепцова. – Там можна побачити цікавих людей, цікаві люди можуть побачити вас – це кругообіг. Існують інстаграм-аккаунти, присвячені ілюстрації, дизайну, мистецтву – і ваші роботи можуть бути там опубліковані. І ніяких обмежень між країнами, континентами – все дуже умовно і відкрито. Я не веду спеціальний аккаунт з ілюстраціями, мої роботи змішані з особистими історіями, тому не можу сказати на 100% про максимальний ефект просування, але судячи по лайкам передплатникам все-таки більше подобаються мої ілюстрації, ніж інші аспекти мого життя».

А фешн-ілюстратор з Києва О. Дворянська впевнена, що «за останній час світ реклами і маркетингу круто змінився, і необхідно прийняти нові правила гри! Це вже норма: онлайн-виставки та аукціони. Зараз продається товар через особистість, через емоції, стиль життя. Ти можеш стати знаменитим за 24 години, не маючи грошей на розкрутку! Про твою популярність і попит судять за кількістю лайків і фоловерів. Або ти в грі, або сиди і чекай у моря погоди. У двері вже ніхто не постукає! Тепер художники повинні самі себе навчитися піарити і продавати».

«Інстаграм – це всього лише одна з безлічі майданчиків, які можуть допомогти будь-якій творчій людині показати свою творчість, – наголошує фешн-ілюстратор Л. Саркісян. – Але показувати їх можна по-різному: важливо виробити свій власний стиль подачі робіт і себе» [11].

Українські розробники створили й соціальну арт-мережу під назвою One Day Auction. Додаток ODA поєднує в собі функції Instagram та світові платформи з продажу мистецтва онлайн – Paddle8, ArtNet, Artsy, Saatchi Online. Окрім цього, приєднатися до соціальної арт-мережі можуть всі, кому цікаве мистецтво. В ній можна ставити «лайки», коментувати твори, купувати і продавати, знаходити інформацію про художників, ознайомитися з асортиментом галерей,

аукціонних домів та приватних дилерів з України. Організатори обіцяють, що за півроку буде доступний контент з усього світу.

На ODA можна придбати роботи за ціною від \$50 до \$10 000. «Одна з наших переваг – ми проводимо одноденний аукціон, тоді як інші існуючі майданчики з продажу предметів мистецтва здійснюють тижневі і більш тривалі онлайн-торги. Крім того, додаток ODA припускає розміщення контенту з усього світу (галереї, аукціонні будинки, дилери), який оновлюється щодня, тому це ще й найбільший освітній майданчик», – підкреслюють розробники проекту. Додаток є безкоштовним і доступний для усіх видів мобільних платформ [12].

Ще однією тенденцією останніх років стало збільшення та урізноманітнення структури інформаційних потоків: середовищем для критичних публікацій, крім традиційних друкованих спеціалізованих та нефархових журналів і газет, стають електронні періодичні видання, інформаційні портали, блоги, форуми, телевізійні та радіопередачі, що подекуди з'являються в ЗМІ. У таких умовах арт-критика як соціокультурний феномен має можливість формувати потужне інформаційне поле навколо мистецьких подій та явищ, створюючи і транслюючи сенси, що характеризують ці арт-події з різних ракурсів, розширюючи, таким чином, свою аудиторну базу, та впливаючи не лише на розвиток образотворчого мистецтва, а й на арт-ринок. Цьому сприяє й всотування художньою критикою властивостей зазначених вище комунікативних джерел, до яких вона усе частіше звертається. Так, інтернет-простір, що характеризується інтерактивністю, надає можливість оглядачам мистецького життя спілкуватися з реципієнтом без посередників; онлайн-режим сприяє більш динамічному, жвавому обговоренню арт-подій, обміну інформацією, думками й поглядами. Інформаційно-комунікативна функція, яка, головним чином, доносить реципієнтам відомості інформаційного характеру стосовно певної арт-події чи мистецького твору, активно використовується та реалізується критикою достатньою мірою.

Варто зазначити, що, на відміну від спеціалізованої мистецької періодики, часто розрахованої на компетентного читача, більшість електронних ресурсів зорієнтовані на широку, значно різноманітнішу аудиторію, що призводить до скорочення аналітичної частини текстів, заміни її стислим коментарем або есеїстичними враженнями, у висвітленні подій візуального мистецтва. Не належна реалізація аксіологічної функції критики не найкращим чином впливає на здатність публіки виробляти ціннісні орієнтири [13].

Отже, в сучасному культурному просторі інтернет-критика має великі шанси привернути увагу до мистецького життя більшої кількості читачів і бути інтегратором процесу побудови цінностей сучасної людини, дієвою єдиною ланкою суспільства й художньої культури. Тож її соціокультурна відповідальність в утворенні взаємозв'язків процесу художньої культури та її регулювання посилюється. Однак бути дієвим регулятором культури, феноменом, що забезпечує її самоорганізацію, означає продукувати оцінювальні судження, аналітично підходити до висвітлення мистецького процесу й аргументовано розглядати

та аналізувати окремі твори в ньому з метою відображення його якісного стану. Наразі саме цього аспекту бракує. Таким чином, бачимо потребу у підвищенні соціокультурної ролі арт-критики, – вважає мистецтвознавець О. Собкович.

Та, при беззаперечному впливі інтернет-критики на арт-ринок, її поступ в Інтернеті сприятиме й збереженню автономності художньої критики від розширення ринкових відносин у сфері мистецтва, маркетингу [13].

Важливими для арт-бізнесу є й зусилля України, спрямовані на популяризацію сучасного образотворчого мистецтва за кордоном. Так, англomовний альбом «Anatoliy Kryvolap and the ukrainian sublime» («Анатолій Криволап та українське величне»), присвячений творчості відомого художника, випустило видавництво «Родовід». За словами видавця Л. Лихач, «під час війни на сході України кожне правильне слово, мистецький жест, культурна подія мають особливу ціну і збільшують число прихильників українського проекту. «Анатолій Криволап та українське величне» – це академічна розвідка американської дослідниці Д. Кан». Книга стала свідченням того, що українське мистецтво органічно вписане в світовий контекст, є синопсисом модерної України. Свій погляд на творчість А. Криволапа Д. Кан подала у контексті історії України та світового мистецтва. «Він відомий тим, що його роботи б'ють цінові рекорди на аукціонах, але мало хто, здається, пішов далі й проаналізував, що ж привертає увагу приватних колекціонерів упродовж стількох років. Абстрактні пейзажі Криволапа, намальовані смугами яскравих кольорів, схоплюють дух нової, незалежної України – все ще дуже селянської, але такої, що постала на порозі ХХІ сторіччя із зухвалою енергією, за якою ховається тяжке минуле», – пише авторка [14].

У тому ж таки видавництві «Родовід» вийшла книга-альбом «Мінливий пейзаж: мистецтво України між революцією і війною», підготовлена антропологом сучасного мистецтва Н. Чермалих у співпраці з французько-канадським меценатом і галеристом П.-Л. Буле. Перша назва книги була французькою – «Paysages Instables», що має два значення – мінливий пейзаж або ж нестійкий стан. Спочатку книга вийшла російською і французькою. Потім було підготовлено українсько-англійську версію. Тож, видання розраховано як на українців, так і на іноземців. Перший проект у книзі – серія «Майдан» фотографа-документаліста О. Гяделова. Він послужив як точка відліку. Більш концептуальні фотографічні проекти представили М. Шалений, С. Братков і М. Басташевська. Вміщено також багато графіки В. Ралко, М. Кадана, А. Кахідзе, групи «Шило» [15].

Втім, на думку деяких фахівців, для того, щоб українське мистецтво стали помічати на Заході, необхідна поставлена система його позиціонування й підтримки – або з боку держави (як в Китаї), або з приватного (як в Латинській Америці, Африці та Індії). Можна скільки завгодно іронізувати над Африкою, але коли один нігерійський аукціон дає річний оборот більше, ніж всі українські за п'ять років, – стає не до сміху. Плюс у Нью-Йорку відкрито щорічний ярмарок африканського сучасного мистецтва, плюс Bonham's втричі збільшив кі-

лькість африканських торгів у році: це результат серйозних, але виправданих вкладень місцевої та емігрантської еліти. А просувати українське мистецтво необхідно з відповіді на просте запитання: що воно собою являє і що може дати світовій історії мистецтва? Тут мистецтвознавці пропонують виділити п'ять найцікавіших нерозкритих пластів, які потенційно залучать світову аудиторію: це народне наївне мистецтво, українські авангардні течії (базуються саме на фольклорній тематиці і колористиці), «нова хвиля» 1980-90 років, український «жлоб-арт», який сприймається на Заході як Social Realism, і нарешті – сучасне мистецтво молодих авторів. Важливо тільки зв'язати всі п'ять напрямів в одне ціле, показати історію і взаємозв'язок. Саме 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 зарубіжними студентами та розміщення каталогів і альбомів на полицях світових музейних магазинів, до виставкової роботи з підтримкою інтернаціональних ЗМІ. Адже ніщо так не спровокує зростання інтересу і рівня колекціонерів у нашій країні, як інтерес до українського мистецтва міжнародного співтовариства [8].

Водночас, більшість вітчизняних колекціонерів збирає живопис XIX – XX ст. і особливо радянський живопис. Але таке захоплення пов'язане з низкою ризиків. Роботи цього періоду дорогі, тому трапляються випадки крадіжок і підробок. До того ж, експерти нагадують, що ринок радянського живопису в Україні вже вичерпано – попит набагато перевершує пропозицію. Тож молоді колекціонери, власники галерей і аукціонних домів почали колекціонувати, виставляти та продавати роботи сучасних українських художників. Якісну роботу цього періоду можна купити з рук у майстерні самого художника за порівняно притомні гроші.

Колекціонер може бути новачком без відповідної мистецької підготовки. Хоча і арт-дилери зізнаються, що їм подекуди важко розібратися в сфері сучасного мистецтва. Річ у тім, що в радянському живописі ціну картини визначає ім'я художника та розмір роботи, а її естетична цінність зумовлена канонами академізму. В сучасному українському мистецтві ціноутворення цими показниками не обмежується – тут має значення жанр твору, реклама, участь у вітчизняних і міжнародних виставках і аукціонах, суми оцінки роботи на офіційних торгах, нагороди на конкурсах, впізнаваність і публічність художника тощо.

Потужним чинником формування ціни на картини вітчизняного сучасного художника є робота галереї, з якою він співпрацює. Якщо галерея якісно просуває та розкручує «свого» художника, регулярно возить його на міжнародні ярмарки, виставки й аукціони, то ціни на його роботи доволі швидко поповзуть угору [16].

Однак, досить часто художнику в Києві пропонують модель співпраці, за якої галерея надає простір, контролює й організовує виставку в обмін на одну з робіт проекту. Також у разі продажу галерея отримує 50% від суми [17].

Показово, що деякі фахівці дещо скептично оцінюють роль галерей у розвитку арт-ринку. Так, на думку галериста П. Гудімова, «у своїй традиційній формі галереї – просто нудна торгівля картинками чи скульптурками. При тому що загальний клімат у світі змінився. Як змінився й колекціонер. Сьогодні він частіше хоче щось підтримувати, а не купувати. За ним поступово змінюється й ринок. Ставка тільки на комерційні проекти вже не відповідає реаліям. Тому я вважаю, що з часом галереї перетворяться на культурні, експериментальні майданчики, тобто на повноцінні арт-центри» [18].

П. Гудімов переконаний, що «арт-ринок виникає там, де для цього є передумови. У нас є тільки продукт. Так, хороший продукт, причому багато. Але зовсім немає всього іншого, наприклад репрезентації. В Україні немає навіть державного музею сучасного мистецтва. А як може працювати ринок без музеєфікації? У нас немає і впливової Асоціації колекціонерів. Кілька серйозних колекціонерів є, але що буде далі з їхніми колекціями – невідомо... Тому зараз неможливо робити якісь висновки щодо ринку. Говорити можна виключно про конкретні факти художнього життя: виставки, концерти, події у світі мистецтва... Без арт-ринку – а це ситуація «гри без правил» – ми взагалі не можемо говорити про «ціну». Ось коли в нас з'являться десятки арт-інституцій, представлені сотнями художників, які стежитимуть за всіма процесами; коли виникнуть музеї та конкуруючі аукціонні домів... Тоді почнеться процес вивчення, структурування мистецтва. І тоді з'являться видатні спеціалісти, які виключно аналізуватимуть арт-ринок, а не лізтимуть у кураторство та роботу музеїв. Усе це разом – від галерей до аналітиків – і буде арт-ринком, завдяки якому з'являться і критерії оцінки робіт у грошовому еквіваленті. Нині ж ми маємо просто умовні цифри, за які продаються й купуються картини» [18].

Водночас, більшість експертів доволі позитивно оцінюють розвиток вітчизняного арт-ринку та перспективи просування українського образотворчого мистецтва на Заході.

Так, директор з виставкової діяльності Інституту проблем сучасного мистецтва НАМ України, кандидат культурології, арт-дилер, куратор В. Тузов впевнений, що «сучасне українське мистецтво у 2015 році за останні скрутні роки було на самому піку активності. Так, ми можемо спостерігати, що у цьому році є тенденція до оживлення вітчизняної аукціонної діяльності, відкриття нових галерей, арт-фондацій, а також довгоочікуваних продажів сучасного українського мистецтва за межами України. В Україні поступово зростає попит на сучасне вітчизняне мистецтво, в доказ цьому є відкриті торги аукціонних домів, які активно проходили кожен місяць в кінці цього року та надали можливість побачити арт-ринок з прозорої сторони його діяльності, про що і йдеться у цьому рейтингу. В свою чергу, хочу підкреслити активну виставкову діяльність в

Україні, яку можна було спостерігати наприкінці року. Неймовірно відкриття нових мистецьких проєктів, які ми бачили практично через день, а іноді подекілька проєктів кожен день, надає надію сучасному українському мистецтву з шаленою швидкістю здійснювати популяризацію вже існуючих художників, а також відкривати нові імена на арт-ринку України».

«Вітчизняний арт-ринок у 2015 році переживає деякий ціновий спад, колекціонери почали активно торгуватися та більш обміркованіше підходити до інвестиційного вибору, – зазначає арт-менеджер і куратор І. Абрамович, – В основному шукають зараз роботи до \$ 10 тисяч, хоча були і окремі випадки продажів і за більш високу ціну. Як і раніше найбільшим попитом користується живопис, але слід зазначити, що до скульптури та кераміки значно підвищився інтерес. Набирає обертів зацікавленість і до мистецтва, яке було створено за допомогою цифрових технологій, яскравим прикладом є творчість одеського молодого автора С. Рябченка. Що стосується українського сучасного мистецтва на міжнародному арт-ринку, то воно вже зайняло свою нішу і надіємося, що вона буде тільки стабільно розвиватися» [3].

Співвласник аукціонного дому «Золотое Сечение», мистецтвознавець, експерт О. Василенко вважає, що «клімат арт-ринку України, якщо говорити про комерційну складову – помірний. Не можна сказати, що результати аукціонних продажів в сегментах як класичного, так і сучасного мистецтва принципово відрізняються в ту або іншу сторону від показників 2014 року. Однак деякі тенденції все ж простежити можна: активність професійних мистецтвознавців і критиків андеграундного мистецтва 1960–1980 рр., а також виставки, публікації та презентації книг відповідного напрямку, – якоюсь мірою активізували інтерес колекціонерів на роботи «шістдесятників». Останні торги, проведені нашим будинком «Золотое Сечение» – тому підтвердження (загальний результат продажів, включаючи постаукціонні – порядку 45%). З'явилася нова хвиля покупців. При цьому інтерес їх не обмежений будь-яким конкретним напрямом або стилем. Обсяги продажів в сегментах класичного і сучасного мистецтва (спираючись на результати аукціонних торгів і приватних продажів) 2015 року приблизно рівні. Середній ціновий сегмент, як такий – практично зник. Також, як і в 2014 році, – основні продажі року відбувалися в низькому ціновому сегменті (до \$ 5.000, порядку 50–70%) і у високому (\$ 15.000–20.000). Дана модель купівельного попиту – свого роду адаптація ринку до екстремальних економічних і політичних умов і є тимчасовою. Якщо в 2016 році в країні намітяться хоч якась стабільність, нехай навіть уявна, – це однозначно позитивно вплине на всіх учасників арт-ринку і покаже зростання продажів практично миттєво, оскільки більшість колекціонерів зараз у стані stand-by, готові відновити покупку творів мистецтва за першої ж можливості» [3].

Мистецтвознавець та куратор М. Волошин теж вважає, що 2015 рік «видався більш успішним у плані інтересу і продажів з боку колекціонерів, ніж 2014. Ринок починає оживати. Об'єм продажів на українському арт-ринку зріс в

середньому відсотків на 20–25 у порівнянні з попереднім роком. Я пов'язую це з тим, що учасники ринку звикли до факту кризи і до нових умов. Плюс мистецтво лишається надійним довгостроковим капіталовкладенням: арт-ринок показав стійкість до кризи, і ціни на картини сучасних художників лишилися сталими. Колекціонери за кордоном звертають увагу на українське мистецтво. У нас художники показують високий клас, плюс в українському мистецтві для західного глядача є елемент екзотики, новизни. Але продажі мають більш ситуативний, ніж системний характер. Це пов'язано з тим, що українські галереї не мають змоги регулярно виставлятися на міжнародних арт-ярмарках через брак коштів. За умови потужної підтримки меценатів, колекціонерів, бізнесу в українського мистецтва є великий потенціал на міжнародній арені» [3].

Такі оцінки фахівців свідчать, що останнім часом вітчизняний арт-ринок розвивався досить активно. Тож, не викликає сумніву, що, попри всі проблеми, сучасний український арт-ринок і далі буде набирати обертів, сприяючи розвитку українського образотворчого мистецтва та його інтеграції у світовий культурний простір.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Назвали українських 10 художників, які найкраще продаються / Інформація // <http://ridna.ua/2015/12/nazvaly-ukrajinskyh-10-hudozhnykiv-yaki-najkrasche-prodayutsya/>
2. ВИЗНАНІ СВІТОМ: найвідоміші українські художники на міжнародних арт-ринках / Інформація // <http://www.kraina.fm/ukraine/item/204>
3. Топ 16 найдорожчих аукціонних продажів українського сучасного мистецтва 2015 року / Інформація // <http://skullinsky.com/index.php/ru/natasha-galereya-rabot/item/104-top-16-najdorozhchikh-auktsionnikh-prodazhiv-ukrajinskogo-suchasnogo-mistetstva-2015-roku>
4. На аукціоні в Лондоні продали роботи шести українських художників / Інформація // День. – 2015. – 16 квіт.
5. Березницька Л. Чому українські художники не входять у топ-позиції світового арт-ринку / Березницька Л. // <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1386509-chomu-ukrayinski-hudozhniki-ne-vhodyat-u-top-poziciyi-svitovogo-art-rinku>
6. За кордоном Україну і Росію порівнюють з моделлю і гангстером – художник / Інформація // [http://gazeta.ua/articles/culture/\\_za-kordonom-ukrayinu-i-rosiyu-porivnyuyut-z-modellyu-i-gangsterom-hudozhnik/657395](http://gazeta.ua/articles/culture/_za-kordonom-ukrayinu-i-rosiyu-porivnyuyut-z-modellyu-i-gangsterom-hudozhnik/657395)
7. Маричевська О. Кураторство як чітке висловлювання / Інформація // Образотворче мистецтво. – 2015. – № 2. – С. 12–13.
8. Тейлор К. Денис Белькевич: «Один нигерійський аукцион искусства дает больше, чем все наши за 5 лет» / К. Тейлор // <http://projects.platfor.ma/belkeviya-denis/>
9. Кохаль Н., Животков О., Хомякова О. До проблеми з індивідуальними творчими майстернями-студіями київських художників / Кохаль Н., Животков О., Хомякова О. // Образотворче мистецтво. – 2015. – № 2. – С. 18–19.

10. Зловити крупну рибу: промоція художника в арт-середовищі / Інформація // <http://i-pro.kiev.ua/content/zloviti-krupnu-ribu-promotsiya-khudozhnika-v-art-seredovishchi>
11. Як сучасні технології допомагають молодим українським художникам-ілюстраторам / Інформація // <http://cultprostir.ua/uk/post/ukrayinski-khudozhnici-rozprovili-yak-stati-populyarnim-v-merezhi>
12. В Україні створили першу соціальну арт-мережу / Інформація // <http://cultprostir.ua/uk/news-single/v-ukrayini-stvorili-pershu-socialnu-art-merezhu>
13. Собкович О. Художня критика в інтернет-просторі як форма соціокультурного впливу / Собкович О. // Образотворче мистецтво. – 2015. – № 2. – С. 10.
14. Жук О. Нове величне для своєї країни / Жук О. // Україна молода. – 2015. – 6–7 лют.
15. Чермалих Н., Жук О. Вікно в душу художників / Чермалих Н., Жук О. // Україна молода. – 2015. – 30 квіт.
16. 10 найдорожчих сучасних українських художників / Інформація // <http://life.pravda.com.ua/culture/2010/07/9/53056/>
17. Васильєва О. «Раджу спочатку визначитися – або в офіс на ставку, або в мистецтво» – фотограф Марія Павленко / Васильєва О. // [http://gazeta.ua/articles/culture/\\_radzhu-spochatku-viznachitися-abo-v-ofis-na-stavku-abo-v-mistectvo-fotograf-mariya-pavlenko/651162](http://gazeta.ua/articles/culture/_radzhu-spochatku-viznachitися-abo-v-ofis-na-stavku-abo-v-mistectvo-fotograf-mariya-pavlenko/651162)
18. Пароваткіна Г. Арт-ринок під час війни: погляд Павла Гудімова / Пароваткіна Г. // [http://gazeta.dt.ua/CULTURE/art-rinok-pid-chas-viyuni-poglyad-pavla-gudimova-\\_.html](http://gazeta.dt.ua/CULTURE/art-rinok-pid-chas-viyuni-poglyad-pavla-gudimova-_.html)

Матеріал підготував

**Бурнашов І.Ю.**, зав. сектором  
відділу наукового аналізу і  
узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Підписано до друку 01.04.2016. Обл.-вид. арк. 1,0. Б/т. Зам. 29. Безплатно

Ротапринт НПБ України, Київ–1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12