

**Анна БІЛИК,**

*orcid.org/0000-0001-9608-5130*

*кандидат мистецтвознавства, доцент,*

*доцент кафедри дизайну*

*Херсонського національного технічного університету*

*(Херсон, Україна) bilykanna93@ukr.net*

**Руслана ТКАЧЕНКО,**

*orcid.org/0000-0002-9107-9804*

*кандидат мистецтвознавства, доцент,*

*доцент кафедри культурології, мистецтвознавства та філософії культури*

*Одеського національного політехнічного університету*

*(Одеса, Україна) ruslana.tkachenko@gmail.com*

## СУЧАСНЕ МИСТЕЦТВО КРІЗЬ ПРИЗМУ АРТРИНКУ

*Стаття присвячена дослідженню сучасного мистецтва, його залежності від артринку. Наголошується, що, на відміну від традиційного мистецтва, де комунікаційні зв'язки будувалися передусім на професійному рівні «художник – критик – мистецтвознавець», відтепер втрачає активного й важливого учасника мистецького процесу, тобто критика, призводить до руйнації художньої системи. Нова модель комунікації будується між двома фігурантами – художником і продавцем (колекціонером, аукціоністом, менеджером, галеристом, дилером тощо).*

*У публікації здійснено аналіз художнього процесу як невід'ємної складової частини світового ринку сучасного мистецтва. За сучасних умов робота художника розглядається як товар, який має продаватися, а естетичні особливості взагалі не враховуються. Діяльність художника і продавця спрямована на завоювання визнання масової аудиторії, зв'язок з якою відбувається завдяки телебаченню й інтернету. Мета засобів масової інформації – залучити широку аудиторію, викликати в неї інтерес і потребу цікавитися подіями художнього процесу. Образотворче мистецтво зазнало значних інновацій – відхід від традиційних матеріалів, панування нових технологій, відмова від картини, поява нової художньої мови, яка, до речі, не має нічого спільного з традиційним розумінням мистецтва. У публікації зазначено, що порушення і руйнування кордонів є іманентною складовою частиною сучасного суспільства. Невипадково з 80-х рр. у кураторських пропозиціях Венеціанської бієнале помічаємо акцент на слові «мистецтво» зазвичай із метою задуматися чи знайти відповідь на запитання «Що є мистецтво?».*

*Сучасне мистецтво потребує передусім реклами й підтримки провідних авторитетних художніх структур, адже артринку не є автономною категорією. Для цього було запущено механізм визнання і популяризації сучасного мистецтва артаукціонами, підтримкою бієнале. Зазначено, що музеї сучасного мистецтва беруть безпосередню участь у функціонуванні ринку й просуванні художніх артефактів.*

**Ключові слова:** *художник, критик, артринку, сучасне мистецтво, бієнале, музей сучасного мистецтва.*

**Анна BILYK,**

*orcid.org/0000-0001-9608-5130*

*Candidate of Arts, Associate Professor;*

*Associate Professor at the Department of Design*

*Kherson National Technical University*

*(Kherson, Ukraine) bilykanna93@ukr.net*

**Ruslana TKACHENKO,**

*orcid.org/0000-0002-9107-9804*

*Candidate of Arts, Associate Professor;*

*Associate Professor at the Department of Culturology,*

*Art of Leadership and Philosophy of Culture*

*Odessa National Polytechnic University*

*(Odessa, Ukraine) ruslana.tkachenko@gmail.com*

## CONTEMPORARY ART THROUGH THE PRISM OF THE ART MARKET

*The article considers contemporary art. We study its dependence on the art market. In traditional art communication is built on a professional level. Criticism played a major role. Today, the loss of the profession of critic has led to the destruction of the art system. A new model of communication is built between the two people involved in the artist*

and collectors, auctioneers, managers, gallery owners, dealers. Today, as never before, the artist's dependence on the art market can be traced. This situation is devastating for art. The very nature of art is destroyed.

The article analyzes the artistic process as an integral part of the world market of contemporary art. Today, the artist's work is seen as a commodity. Aesthetic priorities are not taken into account at all. The activities of the artist and the seller are aimed at gaining the recognition of the masses. Communication with the masses is through television and the Internet. The media is trying to reach a wide audience.

Art has undergone significant innovations – the departure from traditional materials, the dominance of new technologies, the rejection of painting. Violation and destruction of borders is an inherent component of modern society. From the 80's in the ktems of the Venice Biennale we notice the emphasis on the word "art". Find the answer to the question "What is art". Contemporary art needs the advertising and support of leading authoritative art structures. The art market is not an autonomous category. Art auctions work in his support. The Biennale plays an important role in popularizing contemporary art. Museums of modern art take an active part in the functioning of the market and the promotion of artistic artifacts.

**Key words:** artist, critic, art market, contemporary art, biennial, museum of contemporary art.

**Постановка проблеми.** Сучасне мистецтво існує в постійній залежності від ринку. Художник відтепер позбавлений пошуку кардинально нових підходів, а відповідно, й оцінки своєї творчості. З позиції ринку товар продається, отже, задовольняє запити масової аудиторії. Художник вже не потребує професійного аналізу робіт. За таких умов сучасне мистецтво втрачає фігуранта художнього процесу – критика. Ця професія стає неактуальною, бо художник сам знає як має бути, прикриваючись фразою: «Я так бачу». Експертами-«фахівцями» виступають не професіонали в галузі мистецтва, а передусім колекціонери, аукціоністи, менеджери, галеристи, дилери тощо. Тобто ринок сучасного мистецтва складається з двох фігурантів – художника і продавця, діяльність котрих спрямована на завоювання визнання масової аудиторії з метою продажу арт-об'єктів. Тобто очевидна залежність митця від продавців диктує дослідження сучасного мистецтва крізь призму аналізу функціонування арт-ринку. Актуалізація проблематики пов'язана також з аналізом трансформацій у сучасному мистецтві, що спричинені передусім зміною провідних учасників художнього процесу.

**Аналіз досліджень.** Гуманітарні науки накопили значний дослідницький доробок, присвячений проблемі світового ринку сучасного мистецтва. Вона є в полі зору філософів, економістів, культурологів, мистецтвознавців. Передусім це сучасні праці загального характеру, що відбивають феномен ринку мистецтва, пропонують нові концептуально-методологічні схеми і підходи його дослідження, зокрема роботи Жюдіт Бенаму-Юз, Михайла Германа, Бориса Горойса, Клемента Грінберга, Брендона Тейлора та ін. Загалом дослідження мають різнопланові вектори наукової експлікації: від ствердження, що світовий ринок сучасного мистецтва несе людству позитивні зміни, до констатації його руйнівної природи щодо культури.

В Україні ця проблема мало досліджена у зв'язку з відсутністю повноцінного ринку сучасного мистецтва. Втім інтерес науковців до цієї проблеми є.

Передусім, це праці економістів Гіпа Гагоорта, Юлії Мельник та мистецтвознавців Наталії Булавіної, Катерини Гай, Олесі Авраменко та ін.

**Метою статті** є аналіз художнього процесу як невід'ємної складової частини світового ринку сучасного мистецтва.

**Виклад основного матеріалу.** Події в політичній і художній сфері з кінця 80-х рр. ХХ ст. спричинили появу світового ринку сучасного мистецтва. Саме поняття «сучасне мистецтво» хронологічно охоплює період 60-і рр. ХХ ст. – ХХІ ст. Людство стикається з радикальними інноваціями в образотворчому мистецтві, передусім це відхід від традиційних матеріалів, панування нових технологій, відмова від картини, поява нової художньої мови, яка, до речі, не має нічого спільного з традиційним розумінням мистецтва. Однак будь-яке інноваційне явище потребує прийняття його суспільством.

Просування сучасного мистецтва на художньому ринку передбачало, що мистецтво стане масовим, загальнодоступним. Одним із механізмів залучення широкої аудиторії є, безумовно, телебачення. Так, у 1978 р. на екрани вийшло найпопулярніше телевізійне шоу ВВС «Антикваріат: реаліті-шоу». Для багатьох це шоу – єдине джерело знань про мистецтво і художні твори. За сюжетом, команда мистецтвознавців поселялася в будь-якому маленькому містечку й оцінювала скарби місцевих жителів. У сценарій реаліті були включені історії предметів мистецтва та розповіді з життя учасників, несподівані відкриття мистецтвознавців і перспективи особистого збагачення господарів антикваріату. Для більшості обивателів, на думку члена ради директорів аукціонного дому «Sotheby's» Філіпа Хука, мистецтво виглядає чимось дивним, незграбним, адже апелює до почуттів і вже цим було підозрілим; воно вимагало суперечок про смаки, зрештою, самі твори мистецтва були чиєюсь власністю, тобто комусь належали. «Хіба не прояв нестерпно поганого тону і не вторгнення в особисте життя господаря – публічно висловлюватися про його власність?»

Про його картини? Про його вина? Що наступне – його дружина?» (Хук, 2019: 326). Шоу знайшло прихильників у різних країнах світу і не втратило популярності донині.

Ще одним джерелом поширення інформації про сучасне мистецтво є інтернет. Науковець Юлія Мельник констатувала, що, згідно з дослідженням компанії «Artprice», традиційна система організації аукціонів творів мистецтва з часом буде змінена на електронні торги. Низка міжнародних аукціонних домів відкрили електронні торговельні платформи (Мельник, 2012: 70). Продовження цієї теми в наступній публікації авторки: «Особливості четвертої промислової революції на артринку – це всебічна його віртуалізація, переведення в онлайн-простір не лише роботи аукціонних домів, але й артгалерей, артдилерів та виставок» (Мельник, 2018: 70).

Втім, популяризація будь-якого товару вимагає наявності авторитетної думки фахівців у цій галузі. Для цього необхідно було запустити механізм визнання сучасного мистецтва артаукціонами, підтримкою біенале, розширенням музеїв сучасного мистецтва.

Спочатку сучасне мистецтво представлялося британським консерваторам дуже підозрілим. У 70-і рр. ХХ ст. вони довго не наважувалися влаштувати на всесвітньо відомому аукціоні «Christie's» продаж сучасного мистецтва. Однак поступово аукціонному дому «Christie's» та «Sotheby's», придбанним іноземцями, довелося долучитися до ринку сучасного мистецтва. Так аукціонні будинки стали створювати репутацію артоб'єктам. Прийняти твір початківця на торги означає визнати його значимість і зміцнити позиції його бренду.

За останні п'ятдесят років ринок предметів мистецтва, а отже і роль аукціонних будинків кардинальним чином змінилися. Аукціонні будинки перетворилися на могутні комерційні структури, які витрачають величезні кошти на маркетинг і всілякі фінансові механізми, щоб забезпечити купівлю і продаж творів мистецтва за максимальними цінами.

Створення брендів художників, подібно товарним, передбачає виплату регулярних дотацій, організацію комерційних виставок робіт у відомих галереях – все це характеризує сучасний ринок предметів мистецтва в ХХІ ст. Нині такі великі дилери, як «Пейс», «Гагосян», «Білий куб», перетворюють свої галереї на кшталт музеїв сучасного мистецтва. Вони влаштовують виставки в Нью-Йорку, Римі, Лондоні, Гонконзі, Мумбаї, Сан-Паулу і просувають художників-початківців. Структура й масштаб їх діяльності відповідають процесу глобалізації. «Їх

співробітники сидять біля моніторів, за столами, поставленими в ряд, як у торговому залі на біржі. Їх операції на зразок серйозних комерційних угод» (Хук, 2019: 344).

Згідно з економічним прогнозом на 2019–2024 рр. провідними факторами, що впливатимуть на ринок артаукціонів, будуть зростання визнання мистецтва, поширення і популярність музеїв (Art Auction, 2019). Музеї сучасного мистецтва як безпосередні учасники функціонування ринку беруть активну участь у просуванні художніх артефактів.

Успіх будь-якого музею, а тим паче музею сучасного мистецтва, вимірюється числом відвідувачів. Тепер головним достоїнством картини, здатної привернути увагу масової аудиторії, стає сума, на яку вона застрахована. З одного боку, арт-дилер залежить від музейних кураторів, оскільки саме вони визначають статус картини і суму, з іншого – арт-дилер, якщо це картина «музейного рівня», піднімає ціну. Купівля картини музеєм демонструє професіоналізм дилера або аукціоніста. Наприклад, Метрополітен-музей і МоМА, музей Гетті в Малібу мають впливові ради, що мають у розпорядженні чималі фінанси, а також відомих і впливових меценатів (Хук, 2019). Самі музеї на артринку стають брендами, нерідко вступають у комерційні змагання один з одним. Поступово це відбувалося через збільшення площ музейних магазинів, відкриття філій в інших містах і країнах. Іноді музеї об'єднують свої фінанси, щоб придбати один твір мистецтва у спільну власність. Мистецтво для сучасного покупця, який не має нічого спільного з колекціонером, стає трофеєм, здатним підкреслити особливий унікальний статус власника.

Велику роль у популяризації творів сучасного мистецтва відіграють художні біенале, передусім Венеціанська. У 1964 р. на Венеціанській біенале перемогла робота американського художника Роберта Раушенберга, що означало визнання попарту як значного міжнародного художнього руху. Вплив маскульту відбився в тематиці і проблематиці робіт митців, популярності і поширенні театральних художніх практик, передусім гепенінгу, перформансу, які, до речі, є спільними для всіх видів мистецтва. Так, у 1978 р. кураторська група на чолі з Боніто Олівою запропонувала тему на Венеціанській біенале «Від природи до мистецтва, від мистецтва до природи». Завдяки акціонізму і перформативній діяльності Марини Абрамович проблема тілесності стає провідною в мистецтві. Тому вибрана Боніто Олівою тема визначалась актуальністю. «Природа – це не інтеркультурна провінція, але так само вона не є позакультурною резервацією. Природа ухиляється від прямого схоплення; якщо ми намагаємося схопити її прямо, вона

перетворюється на культурний сурогат, наче є лише тим, чого нам бракує. Вирішальним мостом, що поєднує природу і культуру, є людське тіло, яке не можна однозначно підпорядкувати ані природі, ані культурі» (Вальденфельс, 2009: 18–19).

У зв'язку з тим, що порушення і руйнування кордонів є іманентною складовою частиною сучасного суспільства, з 80-х рр. у кураторських пропозиціях бієнале помічаємо акцент на слові «мистецтво», зазвичай з метою задуматися чи знайти відповідь на запитання «Що є мистецтво?»: «Мистецтво як мистецтво: тривалість твору» (куратор Жан Клер), 1982; «Мистецтво і мистецтва: зараз і в історії», 1984, і «Мистецтво і наука», 1986 (куратор Мауріціо Кальвезі). Тема 1988 р. логічно завершує намагання зрозуміти і визначити феномен сучасного мистецтва – «Місце художника» (куратор Джованні Каранденте).

Уже в 90-х рр. на міжнародних бієнале проглядається жорстка стандартизація економічних і фінансових структур, які прагнуть до глобальної однаковості. Поступово стає помітним вплив транснаціональних корпорацій і агентів на діяльність художніх галерей, формування художньої преси та висвітлення світових подій у галузі мистецтва сягає апогею. Також стандартизуються критерії відбору творів на міжнародні виставкові проекти, в основі яких лежать євроамериканські установки значущості для критики. Критики здебільшого є вихідцями з емігрантського середовища Західної Європи й Америки, задають тон і слідуєть у фарватері інтелектуальної моди і політики, що оплачується тими самими транснаціональними компаніями. З'являється поняття глобального транснаціонального мистецтва, де проявляється перебільшення національних традицій, ментальних рис або, навпаки, їх придушення. Усе це відбувається на матеріалі художників, що представляють національні меншини або художників із країн Сходу.

Художника використовують як маркер національних відмінностей у глобальному мистецтві. До речі, для митця цивілізацій Сходу пріоритетним виходом на міжнародну авансцену є складна політична, а отже, економічна ситуація. Саме через останню яскравіше проявляються традиції і культурні особливості цих країн. Звідси на противагу «глобалізованому» розумінню сучасного мистецтва приходять альтернатива, що стверджує традиції і культурні особливості, пронизані економічним підходом. Прикладом є інсталяції китайського художника Ай Вейвєя. У 2013 р. у німецькому павільйоні він представив 887 дерев'яних стільців часів правління останньої імператорської династії Цин. У такий спосіб худож-

ник-дисидент протиставляв традиційній культурі пластмасові стільці часів комуністичної влади. Ця інсталяція відтворює явище мультикультуралізму. Зазвичай художній мультикультуралізм розуміють як універсальну мову, що домінує над національними культурами.

З позицій мультикультуралізму художник створює художні образи, виходячи зі своїх ментальних і культурних відмінностей, водночас використовує стандарти і коди західної цивілізації. Американські культура, її стандарти сприймаються як синонім універсального, а отже, глобалізованого, що відповідає критеріям світового ринку сучасного мистецтва.

Очевидно і те, що сучасний художник відображає не стільки свою національну культуру, скільки світ економічного виробництва і політики, всередині яких вона розвивається. Це простежується передусім у темах бієнале XXI ст. і в художніх проектах, особливо останніх років. Так, тема 56-ї Венеціанської бієнале «Усе майбутнє світу» (куратор Оквуї Енвезор) дала широке поле 163 художникам розкрити їх бачення прийдешнього, спрогнозувати розвиток суспільства і водночас заговорити про минуле, яке заважає якимось чином зароджуватися новому. Олеся Авраменко, роблячи оглядовий репортаж, зазначала, що в основній експозиції виявлена дивна одноманітність досить апокаліптичного світовідчуття та песимістичного погляду в майбутнє багатьох митців із різних країн (Авраменко, 2015: 62). Наприклад, аргентинський павільйон порушував тему воєнної диктатури та її наслідки в Аргентині у творчості латиноамериканського скульптора Хуана Карлоса Стефано. Німецькі художники майбутнє показували крізь призму глобальних проблем людства, теми безробіття, біженців тощо. Олеся Авраменко писала: «Уважно оглядаючи виставку, я часто думала про те, що глобалізація – біда й порятунок сучасного людства. І якщо технічні й технологічні стандарти об'єднують світ, то стандартизація культури знецінює та знеособлює життя. Тому ейфорія, пов'язана з цим феноменом, минає, і особливо активно це проявляється в мистецтві. З цієї точки зору цікаво поглянути на експозицію 56-ї Венеційської бієнале (Авраменко, 2015: 62). Золотий лев за кращий національний павільйон, а їх було представлено 89, дістався Вірменії, яку репрезентувала вірменська діаспора. Художники порушили тему геноциду вірменів. Співвласник аукціонного дому «Золотое Сечение» Михайло Василенко про рішення журі сказав так, що, можливо, частково це є політичне рішення, адже 2015 р. – це столітній ювілей геноциду вірменського народу (Головний приз, 2015).

Кураторка 57-ої Венеціанської бієнале Крістін Масель темою вибрала “Viva Arte Viva”. Критик Боніто Оліва в інтерв’ю так висловився з приводу цієї мистецької події: «Цю бієнале я б назвав неогуманістичною, з одного боку, і перформативною – з іншого. Нео-гуманістична, тому що підбиває на рефлексію про те, що таке людина, і підтверджує, що мистецтво – це швидше питання до світу, а не відповідь (йому)» (Biennale, 2017). Золотий лев за кращий національний павільйон одержала Німеччина, а головний приз – Анна Імхоф, що репрезентувала перформанс «Faust», поєднавши живопис, музику, хореографію, театральне мистецтво. Актори у скляних огорожених залах, де відбувалось дійство протягом 4 годин, створювали атмосферу тривоги, напруги, дискомфорту.

58-а Венеціанська бієнале, що відбувалася у 2019 р., збрала 90 країн, що представили свої національні павільйони. Куратор Ральф Ругофф тему визначив так: “May you live in interesting times” (в офіційному перекладі «Щоб ви жили в цікаві часи!»). Тема суголосна висловлюванню, що приписують Конфуцію: «Не дай вам бог жити в епоху змін». Отже, тема за своєю природою фейкова, псевдокитайська, втім є популярною як у політиці, так і в колі гуманітаріїв. Тому логічно, що більшість художників саме фейку присвятили увагу.

**Висновки.** Нині, як ніколи, простежується залежність художника від арт-ринку, до речі, не від стилю чи напряму, не від художньої моди, що є відображенням настроїв суспільства, а від фінансів. З одного боку, таке становище є руйнівним для мистецтва й мистецтвознавства, оскільки залишили на маргінесах арт-критику, а з іншого, суперечить природі творчості, де художник постає як вільна особистість. Саме це стало однією з головних причин позбавлення творів сучасного мистецтва естетичної логіки, що спричинило руйнування самої природи мистецтва. Тому часто наявність особистості художника є підтвердженням, що артоб’єкт, створений ним, є дійсно твором мистецтва.

Сучасне мистецтво розглядається як товар, як тиражований продукт, що призводить до нівелювання відмінностей американської та європейської ідеологій мистецтва. Європейське мистецтво втрачає багатонаціональний контекст і швидше приречене на розчинення в американській культурі. Тенденція космополітизму в мистецтві має подолати державні, національні рамки, проголосивши перемогу глобалізації. Сучасний художник у широкому сенсі цього слова не знає добре своєї національної культури, вільно змінює місце проживання, роботу і найчастіше вважає себе «громадянином світу».

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко О. Венеційська бієнале 2015: Оглядний репортаж з виставки з елементами критики й аналізу. *Сучасне мистецтво*. 2015. Вип. XI. С. 61–71.
2. Вальденфельс Б. Міркування щодо генеалогії культури. *Філософська думка*. 2009. № 1. С. 13–26.
3. Мельник Ю. Розвиток світового ринку творів мистецтва: регіональний вимір. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2012. № 4. С. 69–76.
4. Мельник Ю. Трансформація світового ринку творів мистецтва в умовах четвертої промислової революції. *Мукачівський державний університет. Серія: Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 49–56.
5. Хук Филип. Завтрак у Sotheby’s: Мир искусства от А до Я. Санкт-Петербург, 2019. 416 с.
6. Art Auction Market-Global Outlook and Forecast 2019–2024. URL: <https://www.reportlinker.com/p05827558/Art-Auction-Market-Global-Outlook-and-Forecast.html>.
7. Головний приз 56-ої Венеціанської бієнале. URL: <http://be-inart.com/post/view/1037>.
8. Biennale. VIVA ARTE VIVA. URL: <https://projectfromitaly.blogspot.com/2017/08/biennale-viva-arte-viva.html>.

#### REFERENCES

1. Avramenko O. Venetsiiska biennale 2015: Ohliadovyi reportazh z vystavky z elementamy krytyky y analizu. [Venice Biennale 2015: Observation report from the exhibition with elements of criticism and analysis]. *Suchasne mystetsvo*. 2015. Vyp. XI. S. 61–71. [in Ukrainian].
2. Valdenfels B. Mirkuvannia shchodo henealohii kultury. [Reflections on the Genealogy of Culture]. *Filosofska dumka*. 2009. № 1. S. 13–26. [in Ukrainian].
3. Melnyk Yu. Rozvytok svitovoho rynku tvoriv mystetstva: rehionalnyi vymir. [The development of world art market: the regional dimension]. *Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*. 2012. № 4. S. 69–76. [in Ukrainian].
4. Melnyk Yu. Transformatsiia svitovoho rynku tvoriv mystetstva v umovakh chetvertoi promyslovoi revoliutsii. [Transformation of the global art market in the conditions of the fourth industrial revolution]. *Mukachivskiy derzhavnyi universytet. Serii: Ekonomika i suspilstvo*. 2018. Vyp. 18. S. 49–56. [in Ukrainian].
5. Khuk Fylyp. Zavtrak u Sotheby’s: [Breakfast at Sotheby’s]. *Myr yskusstva ot A do Ya. Sankt-Peterburh*, 2019. 416 s. [in Russian].
6. Art Auction Market-Global Outlook and Forecast 2019–2024. URL: <https://www.reportlinker.com/p05827558/Art-Auction-Market-Global-Outlook-and-Forecast.html>. [in English].
7. Holovnyi pryz 56-oi Venetsianskoi biennale. URL: <http://be-inart.com/post/view/1037>. [in Ukrainian].
8. Biennale. VIVA ARTE VIVA. URL: <https://projectfromitaly.blogspot.com/2017/08/biennale-viva-arte-viva.html>. [in Russian].