

СУЧАСНЕ ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО ТА АРТ-РИНОК В УКРАЇНІ

(оглядова довідка за матеріалами
преси та неопублікованими
матеріалами 2012–2013 рр.)

Арт-ринок – соціально-економічний і культурно-історичний феномен і механізм, що представляє собою систему товарного обігу творів мистецтва. Поняття арт-ринку має вузьке і широке значення. Спочатку під цим терміном розуміли оборот предметів, що мають художню цінність (твори образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва). Пізніше цей термін стали використовувати і для характеристики виконавських мистецтв та інших культурних послуг (наприклад, музейних). Більш коректно сукупність тих і інших елементів ринку можна характеризувати як ринок художній [1].

У багатьох країнах світу однією із візитних карток їх самобутнього професійного мистецтва є саме арт-ринок. 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 [2].

Наша держава не стоїть осторонь від світових культурно-мистецьких процесів. Так, останніми роками вітчизняний арт-ринок розвивався досить активно. Зокрема, поживилася діяльність галерей, аукціонів, виставок, зріс попит на національне мистецтво, у тому числі на міжнародному рівні. Цьому сприяли як певні економічні чинники, так і державна політика, спрямована на підтримку професійної творчості вітчизняних митців у галузі скульптури, живопису, графіки, декоративного мистецтва [2, 3].

Значну роль у здійсненні державної політики у галузі образотворчого мистецтва та у формуванні цивілізованого арт-ринку відіграє Міністерство культури України. Так, Міністерство разом з Національною спілкою

художників України, Національною спілкою майстрів народного мистецтва України, іншими культурно-громадськими організаціями пропагує досягнення вітчизняних митців шляхом організації художніх виставок, творчих симпозіумів, пленерів. З метою підтримки творчої молоді надаються гранти Президента України молодим діячам, в тому числі, у галузі образотворчого мистецтва, для створення і реалізації творчих проєктів. Проводиться державна закупівля творів сучасного образотворчого мистецтва. Триває робота з формування правової бази для культурно-мистецької сфери, яка б відповідала новим політичним, економічним, соціальним умовам. Так Верховною Радою України було прийнято кілька законів, що стосуються і арт-ринку. Це, зокрема, Закони України „Про ратифікацію Угоди про вивезення та ввезення культурних цінностей” та „Про внесення змін до деяких законів України (щодо оподаткування предметів мистецтва, колекціонування та антикваріату)”. Також діяльність вітчизняного арт-ринку частково регламентується Законами України „Про музеї та музейну справу” та „Про охорону культурної спадщини” [4, 5].

Значним важелем функціонування арт-ринку є економічний чинник, який стає особливо актуальним сьогодні. Український арт-ринок – приваблива площадка для інвестицій. Пояснюється це високою прибутковістю і внутрішньою диверсифікацією арт-ринку, а також відсутністю фундаментальної залежності цін на твори мистецтва від економіки. Наприклад, в результаті порівняння динаміки арт індексу Mei Moses і S & P 500 стає очевидним, що прибутковість вкладень у твори мистецтва за останні 50 років виявилася вище, ніж зростання акцій блакитних фішок фондового ринку США (12,6% річних проти 11,7%). Проте, молодість українського арт-ринку ще не дозволяє йому бути таким же популярним і поширеним інвестиційним інструментом, як у всьому світі.

За оцінками експертів, обсяги відкритих торгів національного ринку мистецтв (аукціонна торгівля) 2011 р. досягли \$ 4,3 млн. І хоча це майже вдвічі менше, ніж у 2010 р., цифра виглядає доволі солідною. А взагалі, на аукціонну торгівлю припадає не більше 10% обсягу ринку. Решта 90% – це приватні дилери та галереї. Зараз в Україні діють сім аукціонних домів, які стабільно проводять торги і мають свою спеціалізацію, а також близько 150 галерей. На відкритому ринку продаються твори понад двох тисяч художників. Серед різних видів мистецтва безперечним лідером на аукціонах 2011–2012 років був живопис. На його частку припало 74% усіх купівель. Друге місце посіла графіка – 14%, а решту поділили ікона, декоративно-прикладне мистецтво, букіністика, фото і медіа-арт, інсталяція та інші.

Фахівці рекомендують потенційним покупцям образотворчого мистецтва умовно розділяти живопис на дві групи – інтер'єрний та інвестиційно привабливий. Якщо перша – це твори мистецтва, які характеризуються тільки образотворчими якостями, то друга група має велике культурне значення і користується стабільним попитом на організованому арт-ринку.

Близько 40% придбаних торік картин – радянське мистецтво. На українське та російське мистецтво XIX–XX століть і сучасне мистецтво припадає по 18%. Такий розподіл пояснюється тим, що живопис радянської України ближче своїми сюжетами та доступніший за ціною середньостатистичному покупцеві. А найбільшим попитом у грошовому еквіваленті користується українське та російське мистецтво кінця XIX – початку XX століть. Його частка в загальному обороті відкритого ринку перевищує 50%; мистецтво радянської України – 20%; на андеграунд і українське зарубіжжя припадає приблизно 8%.

Така ситуація на ринку пояснюється тим, що інвестору, якщо він зацікавлений у мінімальних ризиках і стабільному прибутку, потрібно звернутися саме до творів українських та російських художників кінця XIX – початку XX століть. Але тут треба бути готовим до серйозних витрат, так як ціни на роботи, які мають художню цінність, у цьому секторі починаються з \$ 30–40 тис. Втім, така колекція не вимагає активного управління і розрахована на довгострокове зростання.

Інвестиції ж у мистецтво радянської України – більш ризиковані, але потенційна прибутковість у них вища. Так, ці роботи коштують дешевше. Ціни на них починаються з \$ 7–10 тис. Ще більш ризикованим є інвестиції в твори актуального мистецтва, андеграунду і українського зарубіжжя. Але й ціни на них, відповідно, нижчі: від \$ 3–4 тис.

2012 рік характеризувався слабкою корекцією ринку, а ціни практично залишалися на рівні 2011 року. Аналогічна ситуація очікується і у 2013 році. Активне зростання показників обсягів продажів і цін на українському арт-ринку може відбутися у 2014–2016 рр. На думку експертів, саме у 2016 році арт-ринок має всі шанси вийти на пікові значення. Передбачуваний обсяг торгів може досягти позначки у \$ 28 млн. Це в два рази вище, ніж аналогічний показник 2008 р.

А якщо говорити про світ у цілому, то тут лідерами за обсягом торгів в останні роки були Китай, США і Велика Британія. Річний оборот у Китаї становив \$ 4,72 млрд, або більше 40% загальносвітового. Обсяг ринку США – \$ 2,72 млрд (23%), Великої Британії – \$ 2,24 млрд (19%).

Швидше за все, у 2013 р. трійка лідерів залишиться незмінною. На цьому тлі обсяги відкритих торгів в Україні в розмірі \$ 5 млн. здаються непропорційно низькими. Але, з іншого боку, український арт-ринок тільки починає розвиватися, так що це може свідчити про значні перспективи росту [6].

Водночас, сучасні українські художники не дуже позитивно оцінюють можливості вітчизняного арт-ринку. Так, за словами скульптора В. Корчового, творчі роботи він продає не так часто, як хотілося б. „Тому доводиться працювати на замовлення. Адже не хочеться віддавати за півціни те, що зроблено для душі. Шкода, що наші потенційні покупці, люди, які мають гроші, ще не готові до серйозних витрат на серйозне мистецтво. Та мене тішить, що мої роботи цінуються в колі фахівців і добре сприймаються звичайними глядачами. Взагалі ж мені гріх скаржитися: у наших українських музеях мої твори представлені, купували мої роботи в Іспанію, Америку, у Францію” [7].

Багатьом провінційним митцям шлях до визнання не вдається здолати, не так через брак таланту, як через глухий мур інформаційних бар'єрів, відсутність спонсорів і дуже скромні статки, що не дозволяють орендувати виставкові зали, – вважає вишивальниця з Хмельницького Н. Головачук [8].

Близьку до цього думку наводить журналістка А. Антіпова на шпальтах „Голосу України”, посилаючись на слова „молодої художниці Світлани”. На її думку, „знаменитим можна стати тільки завдяки піару. Талант – так, але є ще мода. Картини Гапчинської, наприклад, коштують шалених грошей. Мати роботу цього автора – модно. Хоча невігядливий сюжет і персонажі викликають неоднозначну оцінку фахівців. Але народ купує!” „Щоб зробити ім'я, потрібні великі кошти, – вважає Світлана. – Організація персональної виставки – мінімум 100 тис. грн. Оренда, оформлення залу, рами... Це дуже дорого...” [9].

А на думку художниці К. Ткаченко, арт-ринок в Україні недостатньо розвинений. Одиниці мають щастя співпрацювати з арт-менеджерами. Найчастіше просуванню художника допомагають галеристи. В Україні бракує людей, для яких просування художника є безпосередньою роботою. Зазвичай митець змушений розраховувати сам на себе [10].

Попри ці оцінки Україна має великі перспективи для входження у світовий арт-ринок – про це щороку запевняють експерти. Але щоб прогрес був очевидний, вітчизняна арт-сцена має працювати – самовіддано і наполегливо. На сьогодні, на жаль, не можна говорити про перезавантаження українського арт-ринку, на відміну від світового, який паралельно із загальною економічною системою виходить із кризи. Хоча за останні роки українські сучасні

художники представлені на світових аукціонах, поступово їхні роботи з'являються на міжнародних виставках і ярмарках [11].

Зокрема, на червневих (2012 р.) лондонських торгах сучасним мистецтвом міжнародного аукціонного дому Phillips de Pury & Co, було представлено

2 українські лоти. Портрет британської співачки Емі Уайнхаус „Емі. Клуб 27” одеського художника І. Гусева було продано за \$ 19 375. А картина „Movie” В. Реунова із серії „Culture Recycle”, що продовжує концептуальні експерименти художника з традиційним жанром живопису, пішла за \$ 16 тисяч [12].

Найбільш „дорогим” сучасним українським художником залишається А. Криволап. У 2011 році роботи художника двічі встановлювали світовий рекорд з продажів сучасного українського мистецтва на міжнародному арт-ринку. Його картину „Степ” продали на аукціоні „Phillips de Pury & Co” в Нью-Йорку за \$98500, а роботу „Кінь. Ніч” на торгах сучасного мистецтва „Phillips de Pury & Co” в Лондоні – за \$124400 [13].

Утім, певні успіхи українських митців, не виключають необхідність постійно розвивати процес зсередини і підвищувати якість мистецтва. Більшість наших митців, досягнувши певного рівня визнання, повторюють самих себе, не турбуючись про те, щоб зробити щось нове, проєкспериментувати, вийти на новий рівень.

Для прогресу, зрушень і нових досягнень має бути конкуренція всередині українського арт-ринку. До того ж потрібно привозити в Україну більше іноземних художників, реалізовувати міжнародні проєкти, залучати закордонних кураторів світового рівня. Тоді молоде покоління матиме ширшу базу візуальних образів і методів, які можна наслідувати. Дуже важко вчитися на картинках з інтернету чи каталогів, як це роблять більшість вітчизняних художників, – мистецтво має бути живим і наочним. Щоб українське мистецтво прогресувало, потрібні зусилля і митців, і галерей, і, звісно, держави. Мистецтво має розвиватися завдяки не тільки приватним ініціативам художників і галеристів, а й підтримці потужніших „донорів”. Інтерес до мистецтва тієї чи іншої країни стимулює правильна піар-стратегія, що має бути частиною державної політики [11].

Болючою проблемою залишається існування тіньового арт-ринку, сегментами якого є, зокрема, підробки та викрадені твори.

Завдяки практиці формування музейних фондів, яку проводили за радянських часів, навіть невеликі регіональні музеї можуть похвалитися цікавими колекціями. Принаймні, чи не в кожному з обласних музеїв можна

побачити роботи „зірок” радянського живопису, на кшталт С. Шишка, М. Глущенко, С. Григор’єва, Т. Яблонської та інших. Можливо, саме через це маленькі музеї з хорошими колекціями стають порівняно легкою здобиччю для крадіїв.

Фахівці стверджують, що продати крадену роботу неможливо. Водночас арт-дилери визнають, що картини кримінального походження таки продають – мовляв, їх купують колекціонери, що замовили крадіям дістати конкретне полотно конкретного художника з конкретного музею. Привабливість картини радянського періоду визначає насамперед ім’я її автора [14].

Не менш актуальною проблемою арт-ринку є проблема підробок. Причому від неї не застраховані ні знавці мистецтва, ні учасники торгів найвідоміших аукціонів. У практиці дуже часто бувають випадки, коли експерти поважного музею підтверджували оригінальність роботи, а співробітники іншого музею або незалежні експерти – ні.

Єдиний спосіб убезпечити себе від купівлі неаутентичної роботи – самостійно зібрати максимум підтверджень її оригінальності. Якщо мова йде про роботу нашого сучасника, то необхідно особисто зустрітися або, принаймні, зв’язатися з художником і впевнитися, що саме він є автором цього твору, – радять експерти. Якщо ж планується купівля твору померлого художника, то необхідно досконально вивчити історію володіння роботою, дізнатися, на яких аукціонах вона продавалася, в яких галереях виставлялася.

Але головне, що при оцінці твору мистецтва ні в якому разі не можна спиратися на думку одного експерта, наскільки б авторитетним він не був. Навіть якщо це фахівець Міжнародної конфедерації антикварів і арт-дилерів, хоча експертам цієї організації в світі мистецтва довіряють майже беззастережно [15].

Проте найбільш гарантованим засобом перестрашування від купівлі підроблених творів є придбання робіт сучасних майстрів.

За оцінками міжнародних експертів, з кінця 2011 року аукціонний сегмент „молодих художників” (до них відносять тих, хто народився після 1945 року) стає більш прибутковим, ніж сегмент старих майстрів. І актуальне мистецтво дає зараз 11% глобального прибутку аукціонів. До речі, у 2012 році до списку топ-10 художників по обороту в євро увійшло п’ять китайських майстрів. А це вже свідчить про певні тенденції на світовому арт-ринку [16].

Водночас, дуже часто сьогодні сучасне мистецтво асоціюють виключно з так званим концептуальним або актуальним. А це є безумовним перебільшенням. І хоча деякі вітчизняні галереї, зокрема ПінчукАртЦентр, активно пропагують цей напрямок, ставлення до нього серед фахівців

залишається неоднозначним. А деякі успішні сучасні художники взагалі не бачать перспективи в актуальному мистецтві. Так, за словами художника А. Криволапа, „актуальне мистецтво не рухається. Воно схоже на криницю, з якої вибрали воду і замість води витягують у відрах глину чи землю. Напрямок цей засновано у 1960-х роках, а зараз уже 2012-й, ще не було такого напрямку, який міг би панувати впродовж 50 років, це нонсенс. Я говорив про це. Я назвав це „пошуком нового, який зупинився”. Актуальне мистецтво було актуальним свого часу і може бути актуальним сьогодні у тому випадку, якщо воно реагуватиме на життя суспільства. Якщо такої реакції немає, замість цього починається шиз-арт, шоу-арт, мистецтво стає розвагою: треба відокремити одне від іншого. Ми бачимо дитячі майданчики, які використовують для розваг, підпалені машини, нецензурні слова, і все це відносять до мистецтва. Нехай це будуть приколи, щось інше, але я не вважаю це мистецтвом. Думаю, contemporary art закінчилося. Коли молоді художники з різними здібностями – в одного до малюнка, в другого до скульптури, в третього до фантазій, в четвертого – до інсталяцій, усі кидаються в один бік, вони просто страчують свій талант, ідучи не тією дорогою. На конкурс у ПінчукАртЦентр подали більше 1000 заявок, це всі – концептуалісти, всі роблять contemporary art? То, можливо, це масовий психоз, нездорове явище. Я це вже бачив: раніше тему диктувала Комуністична партія, тепер диктують декілька кураторів, які беруть ідею у філософів і дають її як тему для художників. Художники втратили свою самостійну цінність, коли була і їхня ідея, і їхнє виконання, – це була особистість на рівні філософа або вченого. Вони стали сліпими виконавцями чийхось ідей, це мене бентежить і насторожує...” [17].

Показово, що сьогодні, зокрема в Інтернетпросторі, можна зустріти і зовсім радикальні погляди на так зване „актуальне мистецтво”. „Ні, що не кажи, у арт-бізнесу в Україні велике майбутнє. Головне – хоч якось прозвучати, засвітитися, а лохи з грошима на будь-яку саморобку знайдуться. У новоспечених нуворишів відсутня не тільки культура того, як слід витратити гроші, але і культура як така. А тому впарити їм фуфло під виглядом „авангарду”, який їх діти продадуть за ціною Кандинського – не складне завдання. І Пінчук, очевидно, все правильно зрозумів... Потрібно просто один раз привести в Україну мега-зірку, викинути кілька мільйонів на грандіозну нісенітницю на зразок заформалізованих коров'ячих голів, після чого можна продавати це все багатеньким лохам і їх нащадкам, які формують своє уявлення про прекрасне на подібного роду заходах” [18].

Та, попри такі різкі оцінки, актуальне мистецтво займає певну нішу на вітчизняному арт-ринку. А негативне ставлення до актуального мистецтва деякі

критики пов'язують з недостатньою підготовкою як українських художників, так і глядачів до нового мистецтва.

Так, в Україні майже не існує освіти в галузі сучасного актуального мистецтва – Національна академія образотворчих мистецтв і архітектури має традиційне спрямування, студентів навчають класичної школи й теорії, в той час як у всіх розвинених країнах є окремі заклади, де навчають виключно сучасному мистецтву. А в Україні художня освіта – в дуже поганому стані. За розвитком вона перебуває десь у 1950 році. Це пов'язано з радянським спадком, коли існував соцреалізм й інші форми не вивчалися. Матеріал за всі ці роки не можна так легко і швидко засвоїти. Навіть у Польщі ситуація в Академії мистецтв не блискуча. Інша проблема пов'язана з відсутністю сучасних арт-робіт у державних художніх музеях. Музеї не закупають сучасного мистецтва, не створюють архівів, не надають майданчиків для проєктів [11, 19].

Певним показником позитивних змін на вітчизняному арт-ринку стало проведення масштабних арт-акцій, зокрема, у Національному культурно-мистецькому та музейному комплексі „Мистецький Арсенал”. Так, наймасштабнішими проєктами вітчизняного арт-ринку журналісти називали форум сучасного мистецтва „Art-Kyiv contemporary” та IV виставку-ярмарок FINE ART UKRAINE 2013. Їх мета, як зауважила директор „Мистецького арсеналу” Н. Заболотна, – за посередництвом кращих галерей презентувати якісне актуальне вітчизняне мистецтво в Україні та світі. Щоб підтримати українське мистецтво, вважає Н. Заболотна, потрібно створювати попит на нього, так би мовити, світовий інтерес. І це, на її думку, можна зробити завдяки цікавим подіям, на зразок „Art-Kyiv contemporary”, які на одній платформі об'єднують українських та іноземних митців [20, 21].

Більше того, за відсутності чіткої системи арт-посередників між художником та покупцем, все більшу роль у просуванні мистецтва на арт-ринок починають грати куратори подібних великих виставок. Ця робота має свою специфіку, і полягає вона, крім знання предмету, в поєднанні кількох важливих якостей, головна з яких – вміння навчити сприймати і розуміти мистецтво [22].

На думку куратора сучасного мистецтва О. Островської-Лютої, „як художник створює мистецький витвір, так і куратор створює виставку, як цілісність, якусь історію. Він обирає художників, дає їм майданчик для висловлювання, співпрацює з ними та мимоволі формує художній процес. Це не означає, що куратори – люди зловорожі й намагаються когось виділити. Вони дуже ображаються, коли про них кажуть „організують виставки”. Куратори створюють виставки. Дуже часто їх порівнюють із театральними режисерами. Іноді кураторам доводиться продюсувати, звітувати в бухгалтерії,

шукати гроші на проект тощо. У великих індустріях усе розділено. Але в Україні іноді зліплюється в одній особі, бо явище нове” [19].

Оцінки ролі великих виставок, які мають сьогодні важливе значення на вітчизняному арт-ринку, не завжди є позитивними. Ряд критиків бачить там лише „кіч, несмак і майже повну відсутність мистецтва... Представники галерей досвідченим оком вихоплювали з низки відвідувачів потенційних клієнтів і намагалися „впарити” їм свою продукцію. Робили це дуже примітивно, так само, як впарюють на ринку непотрібну праску. Представниця однієї одеської галереї дуже хвалила одну з місцевих художниць, яка випустила цілий каталог своїх робіт. Всі геть присвячені Африці. „Чому Африці?” – виявилось, сьогодні клієнт бажає Африку. Ось так: раніше збирали книжки кольору морської хвилі і зібрання творів класиків, сьогодні – Африку в олії” [18].

Та, попри це, і актуальне мистецтво, і великі виставки, що його демонструють, сприяють розвитку як вітчизняного арт-ринку, так і образотворчого мистецтва.

На сучасному арт-ринку України існує стійкий попит на твори не лише сучасного мистецтва, але й на „етнічні” вироби. Традиційна кераміка, як і традиційний одяг, традиційна страва, пісня – є оригінальним національним символом нашої культури. Тож, певну нішу на вітчизняному арт-ринку займає ужитково-декоративне мистецтво. Причому, інтерес до цього напрямку з кожним роком зростає. На думку фахівців, саме остання економічна криза повернула багатьох майстрів до народних ремесел. На фестивалях та святах дедалі більше тих, хто презентує власний „хенд-мейд”. Він має попит і в іноземців. Наприклад, у Кам’янець-Подільській 2012 року на Всеукраїнський день народного майстра „Златодар” прибуло втричі більше майстрів, ніж 2011, і вп’ятеро більше, ніж 2010. В Європі чимало народних ремесел утрачено безповоротно. І там стимулюють їх відродження. І навіть запрошують наших умільців до себе – щоб дали майстер-класи. Волинська майстриня соломоплетіння М. Кравчук у 2012 році побувала в Данії. А. Вострецова з Хмельницького, хоч займається не старовинним ремеслом, а винайденим нею пластиліновим „живописом”, представила Україну за три останні роки на двох світових виставках – „ЕКСПО–2010” в Шанхаї та „ІТВ – 2012” у Берліні. Тисячі відомих і невідомих умільців їздять усюди, де лиш можна себе показати або щось продати. Хоча ці люди шукають у народному промислі не тільки заробітку, ремесло стає справою їхнього життя, а самі вони, як казали в Київській Русі, стають „златодарями”, бо передають його в наступні покоління. При цьому більшість українських умільців фактично поза законом, вони –

„тіньовики”. Чому? Далеко не всі реєструються підприємцями. Бо кожен міркує: „А що отримаю я від цього?” У Кам’янець-Подільському районі в 2009 році прийняли ставку єдиного податку для тих, хто взявся відроджувати промисли, – від 20 до 50 грн. Нині сільрадам рекомендовано встановлювати 10 грн., але умільці чомусь не поспішають легалізуватися, щоб „не світитися”. Хоч на доброго ремісника завжди стійкий попит. М. Шевчук із Оленівки, не очікуючи на допомогу влади, сам пройшов етап становлення майстра-гончаря. Часто буває в школах, намагається зацікавити гончарством молодь. Створив сайт, розмістив на ньому докладні матеріали про еволюцію кераміки, поради початківцям, фото робіт та контакти інших гончарів, яких охоче рекламує. Колись на Поділлі цих умільців було багато, існували цілі гончарні цехи (Смотрич, Адамівка), вони процвітали й виділяли кошти для розбудови своїх міст. Нині за величезного розмаїття і багатства сировини в регіоні бажаючих щодня крутити гончарний круг ще дуже мало. А промисел справді міг би принести користь краю, забезпечити робочі місця. Поклади глини в регіоні майже неторкані. „Політика держави щодо підтримки майстрів, які займаються народними промислами, більш декларативна, ніж реальна”, – так вважає не лише М. Шевчук. Він купив першу піч, глину та вироби возить сам, без ніяких стипендій від влади. Не дивно, що в Україні ринок народних промислів заповнили дешеві імпортні підробки. Китай продукує стільки кераміки, що вона заповнила весь світ. Там діють артілі майстрів. А М. Шевчук не може щодня продавати свої горнятка, найчастіше робить це на передсвяткових виставках. Бо колись ще мусить і працювати. А поки майстра нема на Соборній чи в Старому місті, покупці йдуть на ринок по китайські кухлики. А закордонні конкуренти чого лиш не роблять: плетуть із лози та соломи, різьблять по дереву, шиють шкіряні дрібнички, навіть секрети української вишиванки освоїли. В радянський час у Кам’янці була єдина родина гончарів – Білі. Їм влада надала майстерню при ЖЕКу, а унікальні тарілочки та свищики з білою поливою та розписом возили на виставки в усі міста-партнери. У Росії майстер, який виготовив виріб і хоче його доставити до місця продажу, отримує відшкодування в розмірі 50 відсотків від вартості залізничного квитка. А українські майстри виживають на ентузіазмі. На пленери їздять теж за свій кошт [23].

Та є тут і певний поступ. Так, у грудні 2012 році Президент України В. Янукович своїм указом призначив державні стипендії на 2013 рік для 80 молодих майстрів народного мистецтва. Стипендія для студентів та учнів мистецьких навчальних закладів становить тисячу гривень, для народних умільців, які працюють, – у розмірі прожиткового мінімуму [24].

А в Кам'янці-Подільському вже третій рік у Старому місті діє сувенірне містечко, де чимало умільців мають власні кіоски. Це наблизило їх до туристів, що шукають подільських сувенірів. Під час фестивалів умільці проводять тут майстер-класи. Дехто отримав майстерні з пільгою в орендній платі. Ще один новий проект запропонували втілити в музеї-заповіднику „Жива фортеця”. „Кожну з башт хочемо наповнити життям завдяки ремісникам”, – каже директор музею В. Травінський. Першим став гончар, що оселився в Папській вежі. У міському Будинку культури діє клуб любителів вишивки, їх майже сотня. У місті багато дитячих мистецьких закладів, де на чільному місці декоративно-прикладний напрям, є художній ліцей. У коледжі культури і мистецтв є спеціальне мистецьке відділення, реставраторів та дизайнерів від бакалаврського до магістерського рівня випускає Кам'янець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка. Тобто, всі ланки підготовки майстрів та ремісників включено [23].

Парадоксальна ситуація спостерігається нині і в Опішному Полтавської області – є вдосталь глини, майстрів-гончарів, бажання і вміння творити. Є й попит на місцеву кераміку. Бажаючих купити мальовані опішнянські глиняні вироби нині стає все більше, особливо після відвідин Національного музею-заповідника українського гончарства в Опішному, що все-таки змушує окремих майстрів активніше працювати саме в опішнянському стилі. Але придбати художню кераміку в Опішному сьогодні майже неможливо. Ширвжиткових глиняних виробів достатньо на базарчику біля місцевої автостанції, на шляху сполучення Полтава-Миргород, Полтава-Гадяч, в тому числі місцевого виробництва, а також немісцевих, переважно зі Слов'янська (Донеччина), Василькова (Київщина). Нерідко привізні вироби заїжджі туристи сприймають за опішнянські, а підприємливі продавці не охоче розповсюджують інформацію про походження свого товару.

Всі опішнянські майстри, сьогодні в один голос говорять про те, що мають бажання працювати, творити, мають потяг до глини, але одностайно висловлюються за те, щоб хтось організував роботу гончарної майстерні (або відновив роботу колишнього заводу „Художній керамік”), яка б забезпечивши роботою і високою заробітною платою (майстри вже зрозуміли, що їх праця за певних умов може коштувати дорого) надала можливість вільної творчості, звільнивши творців від проблем організації процесу гончарного виробництва, забезпечення сировиною, збуту готових виробів і т.д. Виходить так, що майстри ніби чекають. Вони мають бажання творити, їх творчі ідеї знайшли б своє втілення у матеріалі і свого покупця, але цей хтось вперто не хоче влаштувати комфортні умови для роботи. Найбільш підприємливі опішняни створили

вдома майстерні, інші – змушені час від часу виготовляти окремі порції виробів, орієнтуючись на те, продав чи не продав їх. Отже, непристосованість до нових вимог часу спричинила ситуацію, коли майстри дещо роблять, робити можуть і хочуть, але вичікують. Ситуація ускладнюється ще й тим, що знайти кваліфікованого менеджера по кераміці сьогодні в Україні неможливо. Гончарювати ж для душі – це розкіш, оскільки з огляду на матеріальну сторону проблеми, це можуть дозволити собі або ті, хто фінансово незалежний, або ті, хто цілком присвятив себе виключно мистецтву.

Опішне, як осередок народної художньої культури сьогодні ще живе завдяки тому, що діє тут Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному, Інститут керамології – відділення Інституту народознавства НАН України, а також Державна спеціалізована художня школа-інтернат I–III ступенів „Колегіум мистецтв у Опішному”. Музей в Опішному є головною рушійною силою, яка спонукає до активної діяльності не лише його працівників, місцевих жителів, а також наукову спільноту всієї України. Це єдиний центр керамічного середовища, в якому пульсує керамічне життя. Але музей – не виробнича організація, в його функції не входить і не має входити виробництво кераміки.

Отже, сьогодні в Опішному працювати є кому. Незважаючи на занадто повільний процес адаптації до вимог часу, опішнянські гончарі потроху „бізнесують”, що, безперечно, вимагає від них значних зусиль. Щодо глини, то її запаси в селищі ще досі залишаються чималі. Але в Опішному сьогодні немає опішнянської кераміки. Краще з того, що виготовляється нині в Опішному – їде на замовлення, а псевдомистецький ширвжиток залишається для „масового” споживача [25].

Повертаючись до особливостей українського арт-ринку, слід зазначити, що важлива роль сьогодні належить мистецьким галереям. Їх діяльність часто оцінюють доволі критично. Підкреслюють, що у галерейному бізнесі України бракує чіткої прозорої системи, дуже повільно йде процес обміну досвідом між ними і західними колегами. Так само в новонароджених арт-центрах і галереях саме мистецтво не завжди стоїть на першому місці. Але той факт, що вони з’являються, – величезний плюс для українського арт-ринку [26].

Концептуально різні українські галереї об’єднує одна неєвропейська риса. На відміну від західних арт-закладів, де відвідувачі платять за квитки, українські галереї на стартовому етапі раді будь-якому клієнту. Тож, продаж квитків в Україні сьогодні є передчасним – він відлякує непідготовленого покупця від „художнього прилавка” [27].

Доволі значну роль має й статус галереї. Так, у брендових галереях, як правило, не буває провальних виставок. Перед кожною виставкою, ще задовго до її відкриття, проводиться копійка робота з потенційними клієнтами – від телефонних дзвінків та поштових розсилок до особистого спілкування в дорогих клубах і ресторанах. У таких галереях все частіше картини купують просто багаті люди, які системно не займаються колекціонуванням мистецтва. Для них якраз і є важливим бренд галереї, бо при покупці картини галерея обов'язково видає сертифікат, де описана сама робота, є коротка біографія художника, вказана ціна і виставка, на якій ця робота була продана. І дуже часто головним у цьому сертифікаті є якраз бренд галереї і підпис її власника, а не ім'я художника (якщо він, зрозуміло, не у розряді „класиків”).

Таких покупців зазвичай переконують у тому, що придбання саме цієї роботи пензля саме цього художника – є найвигіднішим вкладенням грошей, до того – престижним. При цьому, як правило, забувають сказати, що вкладення грошей у мистецтво передбачає і певну роботу самого покупця по розкручуванню придбаного автора. Без цього інвестиції у мистецтво, як правило, ніякого прибутку не приносять. Хоча бувають і винятки з цього правила – тоді спрацьовує принцип лотерейного квитка – завжди є шанс купити виграшний.

У сучасному глобальному світі, коли на арт-ринок прийшла величезна кількість художників буквально з усіх кінців земної кулі, галереї, що не стали брендовими, або хоча б мейнстрімними, почали прогорати і закриватися. Багато з них перейшло на організацію платних виставок – тобто таких, де гроші за виставку платить сам художник [28].

Водночас, сьогодні галерейний бізнес, дуже часто, стає престижною іграшкою для дружин багатих людей (на початку 90-х вони воліли „грати в перукарні”). Експерти вважають, що поки ринок не сформовано, непрофесійні власниці зможуть отримувати великі прибутки, переважно за рахунок кола друзів, які будуть приходити до них за подарунками та інтер'єрними прикрасами [27].

Але все більше виникає сьогодні і галерей, які бажають серйозно працювати на арт-ринку. Певну роль тут відіграє Асоціація артгалерей України, яка існує з 1995 року. Засновниками Асоціації стали 35 галерей, мистецьких центрів та творчих об'єднань. Серед них Центр сучасного мистецтва „Совіарт”, культурні центри ”Світ-Л”, „Славутич”, галереї „Гончарі”, „Плеяда”, „Бланк-ART”, „Дах”, „RA”, Києво-Могилянської академії та інші недержавні мистецькі організації з різних регіонів України.

Створення Асоціації артгалерей України визначило новий етап розвитку арт-ринку в Україні. Це була спроба об'єднати розрізнені творчі організації, мистецькі центри і галереї з метою структуризації арт-ринку, запровадження цивілізованих форм конкуренції у стосунках з художниками, мистецтвознавцями, менеджерами, спонсорами. І сьогодні серед основних завдань Асоціації: сприяння розвитку арт-ринку України; підтримка діяльності галерей, мистецьких центрів, художників, митців, мистецтвознавців, менеджерів, державних організацій культури в умовах ринкової економіки; соціальний захист творчих працівників тощо [29].

Велике значення для успішної роботи галереї має її персонал. Крім парадних, салонних функцій, персонал галерей виконує роль художніх диспетчерів-посередників, які знають, де і в якого митця можна купити або ексклюзивно замовити роботи. Окремі арт-продюсери беруть митців на художній підряд: платять щомісяця фіксовану зарплату і забирають за фактом всі твори. А щодо покупців, то за спостереженням галерейників, більшість із них, одного разу зробивши купівлю в художньому салоні, стають залежними від галереї [27].

Якщо людина, яка нічого не розуміє в живописі, хоче придбати картину, консультанти галереї допоможуть їй визначитися з вибором, – впевнений О. Торгалло, власник столичної мережі галерей „Раритет-арт”. На його думку, галерейний бізнес – це, у першу чергу, робота з клієнтом. Важливо запропонувати йому те, що буде викликати хороші емоції, а не те, що коштує дорожче. Клієнт, відчуваючи це щире ставлення, обов'язково знайде те, що йому до вподоби.

Тож, неправильним є підхід, коли хтось нав'язує покупцю свою думку. Придбання першої картини повинно ґрунтуватися тільки на його власних уподобаннях. Нехай вона буде не оригінальна, не дуже якісно виконана, але це стане першим досвідом. При цьому, покупцю корисно більше спілкуватися з тими, у кого є смак, та з тими, хто знається на образотворчому мистецтві [30].

О. Торгалло відкрив свою першу галерею у 2002 році. До кризи у 2008-му у мережі „Раритет-арт” було вже 6 галерей, зараз – 3. У головній галереї продаються колекційні роботи, які в основному купують люди підготовлені, „колекціонери зі стажем”. У галереї Національного палацу „Україна” і торговому центрі „Європорт” продаються полотна художників, які тільки створюють собі ім'я. Це зовсім не означає, що вони погані, різниця у вартості: там можна придбати картину від 100 доларів, у головній галереї – від п'ятисот [30].

Для успішної роботи галереї доволі важливим є місце її розташування. Це, зокрема, можуть бути не лише центральні вулиці міста, а й торговельні центри, що зрозуміли, наприклад, власники мережі „Раритет-арт”. У торговельному центрі розмістилася і столична арт-галерея „Глобус”. «Рішення про створення галереї ми з дружиною Оксаною прийняли у 2003 році, – каже директор арт-галереї „Глобус” В. Бойко. – Нині ми виступаємо у ролі продюсерів українських художників. За десятиліття у нас виставлялося понад 15 тис. робіт 600 художників зі всіх куточків України. І абсолютно безплатно. Навіть не за найкращих часів ми за власний кошт купували полотна і фарби. З особливою гордістю відзначу, що наша галерея потрапила до світової книги рекордів „Guinness World Records”». Довгий час керівник галереї виношував ідею відкрити виставку робіт українських художників на борту літака, піднявшись у небо. Нарешті ця мрія здійснилася. Разом із ДП „Антонов” за сприяння генерального конструктора Д. Ківи і віце-президента О. Ківи було організовано повітряну галерею. У вантажному відділенні найбільшого літака Ан-225 „Мрія” з обох боків установили 40-метрові стенди, де розмістили понад 500 картин 120 художників. Висоту 10150 метрів зафіксували міжнародні експерти книги рекордів. За словами В. Бойка, „головне призначення живопису – позитивний духовний вплив на людину. За час роботи галереї організовано близько 70 арт-проектів. Роботи українських художників виставлялися у багатьох європейських містах. Завдяки „Глобусу” маловідомі імена посідають високі рейтинги у світі мистецтва. В одному із залів у нас – студентський куточок, де студенти художніх вузів представляють свої роботи і вже непогано заробляють” [31].

Характерною рисою останніх років є й те, що активні процеси розвитку вітчизняного арт-ринку проходять не лише у столиці, а й у інших регіонах нашої держави. Так, поступово набирає потужності арт-ринок творів сучасного мистецтва на Західній Україні. Тут він трансформується у формат легальних галерей і арт-салонів. Піонери галерейного бізнесу навіть почали освоювати специфічні ніші: класичного, модерністського, салонного живопису. Зокрема, директор і арт-менеджер найстарішого львівського приватного салону „Гердан” Ю. Бойко, вважає, що через рік-два актуальними будуть салони-галереї абстрактного живопису. Інтер’єрні живопис, кераміка, метал, скло, на думку експертів, також знайдуть свого покупця. Ще одна прогнозована ніша у Львові – галереї „одного художника”, де автор виставлятиме свої роботи.

Взагалі, галереям і арт-салонам не буде тісно у Львові ще років десять. У галерейному бізнесі, на відміну від багатьох інших, навіть конкурент перетворюється на своєрідного промоутера, що працює над створенням

загального культурно-ринкового середовища. Наявність галерей-салонів, нехай на одній вулиці, стіна у стіну, прищеплює потенційному покупцю мистецький вірус, який спонукає людину викладати гроші за художні твори.

„Європейські міста, в яких художні галереї створюють цілі вуличні ансамблі, можна назвати дороговказними зірками для вітчизняного арт-бізнесу”, – вважає співвласниця львівської галереї „Зелена канапа”, художник-реставратор О. Домарадзька. На її думку, з часом у Львові буде не менше 40 галерей-салонів. Засновник галереї „Музей ідей”, художник по склу О. Дзиндра робить ще більш оптимістичні прогнози: він вважає, що таких салонів буде 150.

Епатажна концепція галереї чи салону мінімізує витрати власників на відкриття. Мініатюрну галерею площею 4 кв. м, на якій експонують живописні роботи двох авторів для подальшої відправки замовникам у США, Ю. Бойко бачив у Варшаві. Здешевлює відкриття салону і його розміщення в обшарпаній кімнаті, де навіть не пахне ремонтом, а полотна майстрів „розкидані” по салону в художньому безладі. При такому аскетичному концептуальному підході власник салону платить лише за оренду, як правило, невеликого приміщення.

„Зелена канапа” прив’язала формат своєї галереї до наявного і вже відремонтованого приміщення площею в 50 кв. м в історичній частині Львова, де 600 років тому розташовувався вірменський суд. Щоб відкрити галерею, власникам довелося витратити лише кілька тисяч доларів: на оренду, сигналізацію, ґрати, сам диван, важку порт’єру, що виконує декоративну і функціональну роль. У разі купівлі цього приміщення стартова сума зросла б до \$ 150 – \$ 250 тис.

Більшість львівських салонів працює за аналогічними орендними схемами, оскільки для безпосередніх контактів із покупцями їхні власники вибирають пам’ятки архітектури, які не підлягають приватизації. Спальні райони вважають „провальними” для галерейного бізнесу. Більшість галерей і художніх салонів формує свій напрямок художніх пропозицій. Деякі, наприклад, працюють виключно з десятком іменитих майстрів.

„У мистецтві завжди були і є дві категорії творів: модні і справжні, – вважає Ю. Бойко. – Модно те, що люди сприймають сьогодні. Я, покладаючись на досвід роботи, зокрема, у Національному музеї Львова, можу спрогнозувати що є перспективним, а що – ні; що протримається ще рік-два, а що буде мати величезну цінність через 10-15 років. Художникам, картини яких хочу бачити у галереї, я дзвоню сам. А тим, хто приносить свої роботи з вулиці, у 99% випадках відповідаю відмовою”.

А львівський арт-салон „Сливка”, що вийшов на ринок не так давно, зараз не „просіває” пропозиції так прискіпливо. За словами О. Сливки, власниці

салону, її галерея контактує з п'ятьма десятками переважно молодих митців, що працюють з металом, склом, керамікою, фарбами. Тут можна побачити авторські роботи, які коштують від кількох гривень (поштові листівки ручної роботи) до кількох сотень доларів. Такий розподіл дозволяє арт-закладам заробляти на хліб насущний в очікуванні заможних покупців [27].

Значно гіршою є ситуація з арт-бізнесом у Луганську. Основним осередком продажу художніх творів тут стала так звана алея художників. Покупців небагато, хоча іноді художникам щастить, і просто на алеї вони одержують замовлення написати картину на заданий сюжет. Для нової квартири або для подарунка шефові. Умова одна: щоб картина коштувала не більше 500 грн. Вибору в художників немає. Або кілька сотень, або взагалі нічого. На алеї, як правило, картини продають аматори, не із обласного відділення Національної спілки художників України. Хто з ім'ям – іде в „Художній салон”. Там і ціни на два порядки вищі, і покупці зі статками.

У Луганську шанувальники мистецтва із середніми доходами поділяються на дві групи. У першій – медики, учителі та чиновники, вони купують недорогий живопис, графіку й акварелі. У другій – люди із сільських регіонів, дрібні службовці, продавці, вони надають перевагу яскравим китайським і турецьким картинкам на основі фотопринту. Але художники зазначають: останнім часом інтерес до живопису в області виріс. Люди почали прикрашати картинами житло, кафе, офіси. Отже, у художників тепер є робота [9].

А ось на культурній мапі Донецька у 2011 році з'явилася муніципальна галерея „АртДонбас”. І це, за словами її арт-директора К. Калініченко, показник того, що місто стало „більш європейським”. На думку К. Калініченко, „художній і краєзнавчий музеї потрібні завжди, це те, із чого варто починати свою самоосвіту. Але я вважаю, що наша галерея – єдина в Східній Україні зала такого формату, де можна виставляти різні за жанрами та стилями роботи як класичного, так і сучасного мистецтва. Відвідувачі нашого центру хочуть бачити чистоту, красу та спокій. Тому що багато наших гостей – це звичайні робітники, які щодня бачать бруд на заводах і фабриках. Їм хочеться прийти сюди й відпочити душею. А тут вони можуть побачити абсолютно різні виставки”.

Дуже важливою для формування місцевого арт-ринку була передаукційна виставка класичного мистецтва, на якій експонувалися роботи ХІХ століття. Вони просто приголомшували. До галереї часто приходили донецькі художники. Їм був цікавий Ю. Клевер, І. Прянишников та ін. У них було абсолютно різне ставлення до того, що висить на стінах. Але виставка засвідчила велику зацікавленість у класичному мистецтві як у професійних художників, так і в звичайних відвідувачів. Передаукційна виставка також

сприяла покращенню фінансового стану галереї, яку фінансує міський бюджет. За словами К. Калініченко, зарплати співробітників галереї – „сумний факт. Прожити на 1200 гривень дуже складно. Вхід до галереї у нас вільний. Із художників ми нічого не беремо, але вони залишають нам свої роботи за те, що протягом місяця триває їхня експозиція. По-іншому було з передаукціонними роботами. Вони не належали нам, і ми працювали на інших умовах. Для нас було честю, що організатори звернулися саме до „АртДонбасу”. Вартість цих картин дуже велика” [32].

Взагалі, проблеми у працюючих на арт-ринку художніх галерей у різних регіонах нашої держави доволі схожі. Це у черговий раз засвідчив закритий „круглий стіл” „Проблеми арт-бізнесу в Україні. Галереї Одеси”, що відбувся у приміщенні галереї „Ніка” за участю директорів галерей, арт-менеджерів Одеси і Білгорода-Дністровського, представників громадських культурних організацій, творчих спілок, зокрема фотохудожників України.

Організаторами заходу виступили Одеська обласна організація «Об’єднання творчої інтелігенції „Асамблея”», журнал „Виставки Одеси” та представники комітету культури, мистецтва і туризму громадської ради при облдержадміністрації.

Учасники засідання наголосили, що відносно нова (в умовах пострадянського суспільства) форма дрібного підприємництва – організація виставок творів мистецтва та їх просування до споживача – в умовах кризи потребує впровадження певних ініціатив з боку держави, зокрема на законодавчому рівні: унормування чинного законодавства щодо оподаткування дрібного і середнього підприємництва, яке працює у галузі культури.

Проведення закритого засідання організатори розглядали як перший етап на шляху виявлення проблем галузі. Надалі для вироблення спільної платформи представники галерейної справи планують залучити ширше коло колег, зокрема Асоціацію галерей України, юристів, діячів культури та мистецтва, податківців, які б провели кваліфіковані консультації для підприємців, що працюють на арт-ринку, у т.ч. через „гарячу лінію”.

„Діяльність галерей повинна абсолютно легально підпадати під систему єдиного оподаткування, – озвучила власну думку учасниця „круглого столу” Н. Храмова. – А для художників мають бути створені пільгові умови для заняття творчістю. Потрібно сприяти появі таких нових спеціальностей, як арт-менеджер. Достатньо звернутися до європейського досвіду, створити умови для розвитку благодійництва і меценатства”.

Інший учасник зустрічі С. Ожогов (м. Білгород-Дністровський) висловився так: „Незважаючи на різні компроміси, спроби чесно працювати, все ще залишається небезпека, що у будь-який момент може прийти представник відповідних служб і звинуватити в порушенні закону, оскільки чітких понять у даній сфері просто не існує, як і спеціалістів, і його (закон) можна трактувати по-різному. Однак при бажанні можна змінити ситуацію.

Достатньо показовим є досвід об'єднання ювелірів, які зуміли захистити власні інтереси”.

Учасники засідання сподіваються на розширення своєї соціальної платформи, зближення людей бізнесу і мистецтва, залучення до вирішення даної проблематики всіх небайдужих, стурбованих проблемами розвитку культури, збереження культурних цінностей і поширення їх серед молоді. Адже поряд із соціально-економічними здобутками, рівень розвитку культури завжди був показником рівня цивілізованості суспільства.

Водночас, коментуючи підсумки „круглого столу”, у пресі підкреслювали, що у виступах, швидше за все, йшлося про ті галереї, які ще не зовсім знайшли своє місце у запропонованому арт-просторі і потребують як нових ідей та виявлення власного креативу, так і реальної підтримки [33].

Та, не викликає сумніву, що, попри всі проблеми, сучасний український арт-ринок і далі буде набирати обертів та активно розвиватися. А прискорити цей розвиток можна лише завдяки об'єднанню зусиль художників, галеристів, колекціонерів, меценатів і всіх, кому небайдужа доля українського мистецтва.

Також, слід звернути увагу і на те, що сучасні українські митці часто дуже велику увагу приділяють саме комерційному успіху, а основним критерієм цього успіху вважають вихід на міжнародний арт-ринок. Тож, українське мистецтво інколи навіть дуже швидко вбирає європейські тенденції, що часом схоже на наслідування, а це не завжди добре. Проте воно завжди мало суто національні риси. Варто пригадати хоча б творчість таких майстрів, як А. Криволап, О. Тістол чи В. Сидоренко. Ці художники добре знаються на західних традиціях, проте вони вміють адаптувати отриманий на Заході досвід, і їхнє мистецтво, безумовно, упізнаване як „українське”. Інакше колекціонери (як іноземні, так і вітчизняні) не інвестували б в їхню творчість. Мабуть, саме у пошуках балансу між „всесвітнім” та „національним” і проходить магістральний шлях як вітчизняного образотворчого мистецтва, так і арт-ринку [26].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арт-ринок / Інф. // <http://ukrrefs.com>
2. Арт-рынок України – рай для спекулянтів / Інф. // <http://ubr.ua/business-practice/innovation-in-business/art-rynok-ukrainy-rai-dlia-spekuliantov-46182>
3. Чи може арт-ринок стати альтернативою фондовому ринку? / Інф. // <http://investcentre.net/articles/19>
4. Реалізація державної політики у галузі культури: Аналітичний звіт Міністерства культури України за 2011 рік. – К.: Міністерство культури і туризму України, 2012. – 80 с.
5. Реалізація державної політики у сфері культури і туризму: пріоритети, здобутки, перспективи: Аналітичний звіт МКТ України за 2008 рік. – К.: Міністерство культури і туризму України, 2009. – 256 с.
6. Луговой Н. В какое украинское искусство стоит инвестировать / Луговой Н. // <http://forbes.ua/opinions/134>
7. Шапіро О. „Мрамур – цар скульптури” / Шапіро О. // Україна молода. – 2012. – 19 черв.
8. Козак І. Шовковий шлях до визнання / Козак І. // Голос України. – 2012. – 7 груд.
9. Антіпова А. „Куплю недорого картину” / Антіпова А. // Голос України. – 2012. – 31 берез.
10. Ткаченко К., Фіалко Д. Художниця Катерина Ткаченко: „В Україні бракує людей, для яких просування художника є безпосередньою роботою” / Ткаченко К., Фіалко Д. // Уряд. кур’єр. – 2012. – 22 груд.
11. Кривицька Ю. Перспективи без підживлення / Кривицька Ю. // <http://tyzhden.ua/Publication/4336>
12. Українські лоти на аукціоні Phillips de Pury & Co / Інф. // Демокр. Україна. – 2012. – 7 лип.
13. Беляєва М. Анатолій Криволап поєднав захід та південь України / Беляєва М. // Хрещатик. – 2012. – 24 жовт.
14. Славінська І. 10 найдорожчих українських художників 1945–1989 / Ірина Славінська // <http://life.pravda.com.ua/culture>
15. Рыночный инструмент под названием "искусство" / Інф. // http://rupo.ru/m/3712/rynochnyy_instrument_pod_nazwaniem_iskusstvo.html
16. Богданов В. Самые дорогие продажи современных художников 2011–2012 / В. Богданов // http://rupo.ru/m/3624/samy_e_dorogie_prodazhi_sowremennyh_hudozhnikov_2011-2012.html
17. Криволап А., Клименко В. Анатолій Криволап: „Актуальне мистецтво схоже на криницю, з якої вибрали воду” / Криволап А., Клименко В. // Україна молода. – 2012. – 3–4 лют.
18. Єльцов О. Арт-бизнес в Украине: все идет согласно плану / Єльцов О. // <http://blogs.pravda.com.ua/authors/yeltsov/472b2f299130f/>

19. Островська-Люта О., Грабська А. Куратор: вільна професія для тих, кому до тридцяти / Островська-Люта О., Грабська А. // *Голос України*. – 2012. – 25 квіт.
20. FINE ART UKRAINE 2013 /Інф. // <http://artarsenal.in.ua/event76.html>
21. Дубровик А. Як створити „попит на мистецтво / Дубровик А. // *День*. – 2011. – 3 листоп.
22. Полищук В. Режиссер художественных посланий / Полищук В. // *Рабочая газ.* – 2012. – 20 нояб.
23. Шпильова В. Не сиди, Тетяно, вже не рано, або Як вижити завдяки дідівському ремеслу / Шпильова В. // *Голос України*. – 2012. – 14 лип.
24. Брухаль Г. Народні умільці отримали стипендії від Президента / Брухаль Г. // *Голос України*. – 2012. – 11 груд.
25. Щербань О. Глиняний арт-бізнес в Опішні та Косові / Щербань О. // http://olenasunny.blogspot.com/2012/06/blog-post_6372.html
26. Рай К., Варварич О., Кравченко Я. „Тривалий час арт-мистецтво росло, як бур’ян” / Рай К., Варварич О., Кравченко Я. // <http://www.day.kiev.ua/uk/>
27. Швагуляк-Шостак О. Галерейний бізнес – бізнес, где еще нет конкуренции / Швагуляк-Шостак О. // <http://www.prostobiz.ua/biznes/bizne>
28. Ярыгин А. Арт-рынок. Главное – „где”... / Ярыгин А. // <http://rupo.ru/m/3698/art-rynok>
29. Асоціація артгалерей України / Інф. // http://www.soviart.com.ua/artassociation/index_u.html
30. Зимина М. Арт-рынок – самый точный барометр положения дел в обществе / Зимина М. // *Уикенд*. – 2012. – 18 жовт. – С. 6–7.
31. Нестеренко А. 10150 метрів над землею / Нестеренко А. // *Голос України*. – 2013. – 23 лют.
32. Калінінченко К., Яковленко К. Які перспективи має муніципальна галерея? / Калінінченко К., Яковленко К. // *День*. – 2012. – 20–21 лип.
33. Кудlach В. Арт-бізнес прагне визначеності / Кудlach В. // <http://chornomorka.com/archive/a-1126.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 21.03.2013. Обл.-вид. арк. 1,25. Б/т. Зам. 31. Безплатно

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