

values of socio-cultural policies becomes effective for users. For music management, such networks are an effective means of PR and promotion.

The scientific novelty of the study is to deepen and broaden current views on media and communication in modern science, in particular their importance in the broadcasting and promotion of the values of academic musical culture.

The practical significance is that the results of the research can be used to develop a system of management of academic music in Ukraine, the development of new courses and special courses, contemporary works of cultural and artistic direction.

Key words: media and communication, management, academic music, national culture, media product.

Надійшла до редакції 2.10.2019 р.

УДК 7.075(477)·06

ІНФОРМАЦІЙНА ФУНКЦІЯ АРТ-РИНКУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МИСТЕЦТВА (НА ПРИКЛАДІ БІЕНАЛЕ)

Русаков Сергій Сергійович – кандидат філософських наук, доцент, докторант, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ
orcid.org/0000-0002-8494-9445
doi.org/10.35619/ucp.mk.vi31.230
globus41@ukr.net

Обґрунтована необхідність розширення культурологічних досліджень арт-ринку з урахуванням останніх культурно-мистецьких тенденцій, а також його наукової концептуалізації у вітчизняній культурології. Враховуючи зростання ролі інформації, арт-ринок набуває нових ціннісно-сміслових аспектів, а інтерес до цієї теми потребує культурологічного осмислення. Інформаційна функція арт-ринку актуалізується завдяки формуванню і розвитку інформаційно-технологічної революції, тому має вплив на соціокультурну діяльність митців та презентацію їхнього мистецтва. Функцію інформування на арт-ринку виконують організаційні структури, серед яких виділено виставки та бієнале. Проаналізовано проекти українських митців на першій Київській міжнародній бієнале сучасного мистецтва ARSENALE 2012 та проект Ж/ Кадирової під час 58 Венеційської бієнале у 2019 р.

Ключові слова: арт-ринок, інформаційна функція, інформаційне суспільство, бієнале, Мистецький Арсенал, Арсенале 2012, Венеційське бієнале 2019.

Постановка проблеми. У 2019 р. арт-ринок сучасного мистецтва продовжив свій розвиток і за рік збільшився на 1,800%, а його індекс цін зріс на 22% у 2018/2019 р. [18]. Проте його комерційний сегмент, який зосереджується на фінансових показниках протягом другої декади ХХІ ст., втрачає свою актуальність, поступаючись дослідженням світоглядно-ціннісних аспектів феномену арт-ринку. Наприклад, Б. Уолмслі відзначає про зміну парадигми у сфері арт-ринку, підкреслюючи, що традиційні підходи для просування художників уже не спрацьовують [20]. Твори сучасного мистецтва мають не лише комерційну цінність, а й художню, тому митці знаходять своє визнання не лише серед широкого кола людей, а й серед фахівців і їхні твори поступово закарбовуються в історії мистецтв.

Арт-ринок є одним із важливих чинників, що впливає на розвиток сучасного українського мистецтва, адже сприяє міжнародній комунікації між митцями, кураторами, галеристами, а також розгляду арт-творів у світовому контексті.

Розглядаючи арт-ринок у широкому контексті, О. Долганова та І. Хангельдієва зазначають, що він є регулятором відносин між художником та публікою, виконуючи низку функцій: інформаційна, посередницька, ціноутворююча, стимулююча, регулятивна, соціокультурна [4].

На нашу думку, інформаційна функція арт-ринку актуалізується через потребу інтерпретації неоднозначних творів сучасного мистецтва та формування іміджу художника, особливо зважаючи на поширеність культурологічних концептів «інформаційне суспільство» й «інформаційна культура».

Метою статті є з'ясування особливостей інформаційної функції арт-ринку в контексті сучасного українського мистецтва.

Останні дослідження та публікації. Функції арт-ринку розглядається низкою авторів, серед яких виділено дослідження А. Арутюнової та І. Хангельдієвої. Концепт «інформаційне суспільство», яке актуалізує для нашого дослідження інформаційну функцію, розглянуто І. Масуде, Д. Белл та ін.

Виклад матеріалу дослідження. Л. Луценко виділяє три моделі розвитку інформаційного суспільства: східну, американську та європейську [7]. В основі першої лежить співпраця держави і ринку, які сприяють налагодженню балансу між культурними цінностями, притаманними конфуціанству, та соціальними змінами. Друга модель визначається загальною моделлю соціально-економічного розвитку США, в якій функції держави зводяться до мінімуму, на противагу приватного сектору. В рамках цього

підходу увага приділяється розвитку інформаційних супермагістралей, їхньої соціальної орієнтації, а також проблемі універсального обслуговування. З технологічної точки зору позиція США схожа з Великобританією, тому акцент ставиться на побудові інформаційної мережі, а ось у сфері культурного впливу підходи до інформатизації цих країн відрізняються. В США основний акцент робиться на подальший розвиток розважальної складової, а Великобританії запит на таку продукцію не є визначальним [7; 142-143]. Таким чином виділяється європейська модель, яка пропонує пошук балансу між ринковою та соціальною орієнтацією. Л. Луценко ілюструє цей підхід звітом «Інформаційне суспільство 2000», де прописується: «ринку не можна дозволити взяти контроль над стратегією розробки інформмагістралей, однак ця стратегія повинна враховувати можливості ринкових сил» [7; 143].

Під час дослідження концепту «інформаційне суспільство» враховуються не лише інструментально-технологічні аспекти, а й соціокультурні. Наприклад, слід згадати популярну працю І. Масуде, де особливе місце приділяється трансформації світоглядно-ціннісних орієнтацій людини у глобальному інформаційному світі [16].

Одним з важливих соціокультурних аспектів є формування концепту «інформаційна культура», який виділяється як «один з аспектів культурної діяльності, пов'язаної з соціальною сутністю людини» [11; 82]. Цей аспект розглядається як фактор освоєння культурної реальності людиною, тому включається в загальну структуру культури, нарівні зі світоглядною, естетичною, моральною, інформаційною та комунікативною функцією культури.

«Інформатизація суспільства може розглядатись як феномен культури, що пов'язано з вивченням феномена інформації, який є суспільним відображенням соціальної і природної дійсності» [11; 81]. Тому Л. Проніна виділяє такі підходи у вивченні інформатизації, як інформологічний та інформаційно-культурологічний. Перший підхід зосереджується на компетенціях, пов'язаних із пошуком, відбором і аналізом інформації, тобто того, що сприяє включенню людини в інформаційний простір і допомагає задовольняти відповідні новочасні потреби. Культурологічний підхід розширює зміст поняття інформаційної культури, визначаючи ціннісно-сміслові аспекти життєдіяльності людини в контексті розвитку інформаційного суспільства [11].

Авторка низки статей про арт-ринок І. Хангельдієва визначає інформаційну культуру як «якісну характеристику життєдіяльності людини у сфері отримання, передачі, зберігання та використання інформації, де пріоритетними є загальнолюдські духовні цінності» [13; 2]. На перший погляд такі цінності не можуть бути притаманні для сфери, де в обігу великі гроші, але низка авторів (напр., Ж. Бенаму-Юе, Д. Томпсон,) відзначають, що сучасному арт-ринку притаманне неоднозначне ставлення до комерційної складової, тому відбувається актуалізація широкого спектра культурологічних проблем. Н. Павліченко також зазначає, що вивчаючи арт-ринок варто розглядати як економічні, так і культурні чинники [9; 57].

Арт-ринок ґрунтувався на чотири основні стовпи: колекціонер, дилер, художник, експерт. А. Арутюнова наголошує, що на перший погляд ця структура не змінилась, адже всі зазначені суб'єкти до сих пір залишаються ключовими учасниками арт-ринку. Проте «події «нульових», зростання цін, приток нових покупців і загальне поширення системи мистецтва змінили акценти» [1; 46]. Відзначає про суттєві зміни й А. Ложкіна, яка наголошує, що початок 2000-х рр. є часом, коли лондонські галеристи активно просуvalи художників і вплинули на формування сучасного мистецтва як одного з ключових іміджевих інструментів. Саме в той час починається арт-бум, який запам'ятується продажем робіт суперзірок комерційного мистецтва Д. Гьорста, Д. Кунса, Т. Мураками та ін. [6].

Одне з ефективних визначень арт-ринку можна знайти у Н. Деген, яка визначає його як: «мережу взаємопов'язаних діючих суб'єктів та інституцій, які створюють, упроваджують та споживають мистецтво» [14; 12]. Таке визначення, на нашу думку, є ефективним, адже розглядає широке коло учасників арт-ринку (не лише галеристів, дилерів, художників, а й, наприклад, критиків, експертів, глядачів та ін.), які створюють особливе інформаційне поле арт-ринку. Саме в цьому полі внаслідок роботи експертів, оглядачів і критиків відбувається формування суспільних уподобань. Інформаційна функція, на думку О. Долгіної, істотно сприяє розвитку ринкових відносин, оскільки всі його суб'єкти не можуть успішно функціонувати, не володіючи відповідною інформацією. «У широкому сенсі – це інформування публіки про творчість того чи іншого художника, це не тільки уявлення результатів його діяльності, а й те інформаційне поле, яке складається довкола художника» [5].

Функція інформування на арт-ринку закріплюється не лише за окремими фахівцями чи авторитетними виданнями, але й організаційними структурами. Інформаційну функцію в цьому сенсі покликано виконувати виставки та бієнале.

На сьогоднішніх бієнале сучасного мистецтва не ведуться продажі арт-творів. Хоча ще раніше відбувалась активна торгівля, але бачимо результати трансформації, яка відбулась у другій пол.

XX ст. А. Арутюнова відзначає: «Ринок, як сполучна ланка між принципово некомерційним мистецтвом і його споживачами, трансформує всі інституції, залучені в процес обміну, духовного чи матеріального» [2; 224]. Тому сьогодні виставки у форматі бієнале покликані лише демонструвати загальну спрямованість і тенденції мистецтва в світі або в окремо взятій країні. У бієнале зазвичай беруть участь провідні галереї. Таким чином, виставки та бієнале інформують публіку про стан художнього процесу і динаміки арт-ринку, його тренди [5].

Розглядаючи міжнародні бієнале сучасного мистецтва в рамках інформаційної функції арт-ринку, варто розпочати з досвіду проведення таких заходів в Україні. Вперше такий формат проведено в Національному культурно-мистецькому та музейному комплексі «Мистецький арсенал» у 2012 р. і мав він назву «ARSENAL 2012». Під час заходу продемонстровано 250 робіт ста відомих художників із 30 країн світу. За інформацією організаторів виставку відвідало 110 тис. осіб.

Відомий український куратор і мистецтвознавець О. Соловйов підкреслює, що в рік організації ARSENAL 2012 було понад 200 світових бієнале сучасного мистецтва: Стамбульська бієнале отримала контекст лівого дискурсу, Берлінська бієнале 2012 відзначилась як радикально політичною, а Сіднейська бієнале спеціалізувалась на проблематиці повсякденності. Тому важливим стало знайти власну концепцію, яка була б актуальною: «На першій ARSENAL ми хотіли обіграти тему апокаліпсису як загибель старого, що дає надію на зародження нового» [12].

Першу Київську бієнале сучасного мистецтва організовано водночас із футбольним чемпіонатом Євро-2012 і поставлено подвійну мету: продемонструвати в Києві відомі твори мистецтва з усього світу і показати українських митців нарівні зі світовими колегами. У журналі ART UKRAINE, який став офіційним арт-гідом, виконуючи важливу інформаційну функцію, зазначено: «Куратор Першої київської бієнале ARSENAL 2012 Д. Елліотт неодноразово підкреслював, що спробує зробити певний акцент на трьох поколіннях сучасних українських художників. Звичайно, двадцяти імен недостатньо, щоб показати історію становлення сучасного українського мистецтва. Подорожуючи з міста в місто, з однієї художньої майстерні в іншу, Девід сформував своє уявлення про те, які художні проекти краще підходять до концепції «Кращих часів, гірших часів» [3].

Обґрунтовуючи вибір куратора для I Київської бієнале, О. Соловйов підкреслює, що Д. Елліотт зумів поєднати глобальний практичний досвід і теоретичне, культурологічне підґрунтя. Важливою рисою британського куратора також стала риса ретельної роботи з творчістю місцевих художників, специфікою локального середовища [12]. Таким чином, для демонстрації сучасного українського мистецтва в рамках міжнародної виставки були запрошені такі художниці і художники: С. Братков, С. Волязловський, Г. Зінковський, М. Кадан, О. Кулик, О. Зарва, Л. Хоменко, група «Р.Е.П.», Б. Михайлов, О. Чекменев, Н. Шульте, А. Савадов, М. Малишко, М. Маценко, О. Кадніков, В. Цаголов, В. Воротнев, С. Радкевич, М. Рідний, А. Сагайдаковський, М. Шубіна. Українські художниці та художники представлені поряд зі всесвітньо відомими митцями, такими як А. Вейвей, Я. Кусам, Л. Буржуа, Б. Віола, брати Чепмен, Р. Нібоун, Д. Каллат та ін.

ARSENAL 2012 складалось із кількох проєктів: основний «Кращі часи, гірші часи. Відродження і Апокаліпсис у сучасному мистецтві» (куратор Д. Елліотт), спеціальний проєкт «Подвійна гра» (куратор О. Соловйов та Ф. Кавалуччі, директор Центру сучасного мистецтва у Варшаві), історичний проєкт «Стародавні форми» і низка заходів-сателітів в українських арт-просторах у рамках паралельної програми, спрямованих на освітній і теоретичний напрями. Всі заходи створювались у рамках інформаційної функції арт-ринку, спрямованої на підготовку всіх учасників до арт-події і обговорення сучасного мистецтва.

В основному проєкті, наприклад, прослідковувався кураторський задум дослідження політичної теми через мистецтво. Робота «Процедурна кімната» українського художника М. Кадана, втілена у принтах на тарілках, присвячувалась темі поліцейських тортур, стала сусідкою з роботою фотографіні В. Раттани, яка закарбувала у світліні Камбоджійський ставок, знищений під час бомбардувань (до речі, ця тема мисткинею також піднімалась на авторитетній виставці сучасного мистецтва «documenta» у 2012 р.). О. Соловйов зазначає, що інколи складно погодитись із вибором експозиції робіт та сусідством, але саме в цей момент виникає нове розуміння культурно-мистецьких процесів. Український куратор і мистецтвознавець підкреслює про цікаве сусідство українських та іноземних митців: «Грек Файтакіс із роботою в іконографічній стилістиці по діагоналі з нашим молодим художником Сю Радкевичем, який теж робить трійцю, але в дусі сучасних графіті. Красномовна в цьому сенсі і зона, що сполучає скульптуру та інсталяції британської художниці Ф. Барлоу, японського митця Ш. Тої і нашого М. Малишка. Їх об'єднує матеріал, що лежить в основі робіт, – дерево. Аналогічно – зала з живописом китайських художників та українців Аю Савадова і В. Цаголова» [12].

Спецпроект «Подвійна гра» актуалізував спільні теми у творчості українських і польських сучасних художників – тіло, простір (напр., уявний, публічний, сповнений пам'яті або надії); способи сприйняття.

Значення інформаційної функції ари-ринку на прикладі біенале полягає в тому, що створюється продуктивне інформаційне поле про мистецтво, сприяючи підвищенню іміджу художників в очах колег та розгляду світових і національних тенденцій у сфері культури. Н. Павліченко підкреслює, що співпраця з іноземними колегами є важливою складовою для розвитку українського арт-ринку. Тому вважаємо, що такі заходи як організація міжнародних біенале свідчать про позитивну динаміку у розвитку соціокультурного простору нашої країни та поширенню інформації про вітчизняних митців. «Міжнародні контакти, яких так бракувало митцям у ХХ ст., нині допомагають нашому мистецтву бути живим та актуальним», – підкреслює Н. Павліченко [9; 61]. Водночас зростає освітня складова і створення єдиного інформаційного приводу та обговорення найбільш важливих світових тем. Наприклад, куратор Д. Еліот мандруючи до Харкова, Львова і Одеси для знайомства з вітчизняними художниками, проводив публічні лекції та дискусії.

Підсумовуючи значення ARSENALE 2012, наведемо думку кураторки А. Ложкіної: «Це був важливий прецедент організації великої міжнародної виставки сучасного мистецтва в публічній інституції коштом державного бюджету. На відкриттях виставок в Арсеналі збирався світський натопт і черга відвідувачів. На кілька років інституції вдалось стати втіленням глядацького буму і піку інтересу до сучасного мистецтва, що його завдяки активній діяльності великих ініціатив на кшталт PinchukArtCentre та Мистецького арсеналу в сукупності з активною позицією решти гравців мистецького поля Україна переживала на початку 2010-х років» [6; 484].

Продовжуючи тему інформування про сучасне українське мистецтво в рамках біенале, зупинимось на огляді Венеційській біенале 2019 р. Такий вибір зумовлений тим, що саме ця виставка є найбільш авторитетною серед усіх світових, а також роком проведення, що стає символічним для підсумку надбань українського мистецтва другої декади ХХІ ст.

У 2019 р. уперше включено представницю з українського арт-середовища до основної кураторської виставки в рамках Венеційської біенале. Нею стала Ж. Кадирова з проектом «Маркет». Цей успіх став можливим завдяки послідовній побудові міжнародної репутації художниці та широкому інформуванню про свої надбання під час світових ярмарок.

Уперше проєкт представлений під час ART Monte Carlo у Монако у квітні 2017 р. Враховуючи необхідність взаємодії з арт-експозиційним середовищем, у художниці виникла ідея продавати мистецтво гуртом, що стало певним символічним порушенням правил арт-ринку щодо формування цін на арт-об'єкти. Ідея художньої інтервенції у комерційний простір, якими, на відміну від біенале, є ярмарки, полягала в тому, що робота продавалась на вагу: 1 грам = 1 євро [8].

Історія проєкту наразі складається з п'яти виставкових демонстрацій. Перша відбулась у квітні 2017 р. у Монако. Другий показ запам'ятовується як додавання перформанс-складової до інсталяції (Kyiv Art Fair, травень 2018 р.). Тоді Ж. Кадирова перевтілилась у продавчиню і пропонувала придбати власне мистецтво всім відвідувачам виставки. Третій показ відбувся завдяки співпраці з «Voloshyn Gallery», яка брала участь у грудні 2018 р. у PULSE Miami Beach – ярмарки, яка відбувається в рамках Art Basel Miami. Четвертий – в рамках Венеційське біенале і буде нижче проаналізовано. П'ятий – в рамках біенале в Любляні.

Під час PULSE Ж. Кадирова представила «Маркет» у перформативній формі, під час якої стояла на своєму імпровізованому стенді в якості продавця і пропонувала купити арт-об'єкти на вагу за ціною 1 грам за 1 доллар. Художниця відтворила впізнаваний кіоск продуктів харчування з усіма додатковими речами, що включало механічні ваги, візки з овочами і лампу розжарювання, яскравосиній намет, натягнутий на металевий каркас зсередини. Вибір товарів типовий для вуличних торговців: кавуни, кабачки, баклажани, яйця, шинка і сосиски. Художниця виготовляла їх із важких будівельних матеріалів: керамічної плитки, цементу, бетону і натурального каменю. Це специфічна інсталяція була вписана в контекст художнього ярмарку як провідної форми арт-ринку. Відвідувачі стенду, тобто колекціонери, змогли придбати арт-об'єкти на вагу, а Ж. Кадирова, таким чином, ставить питання про те, як формується ціна на мистецтво, і що являє собою поняття цінності взагалі.

Така ідея позитивно сприйнята авторитетним міжнародним журі і принесла Україні перемогу. Ж. Кадирова приєдналась до переліку відомих минулих переможців. Кураторка Д. Інасіо відзначила креативність і естетичність роботи української художниці, яка застосовує цікаві і інтерактивні методи для розкриття складності визначення цінності мистецтва і його «товарної» якості [19]. Культурологічно перспективним для розуміння сучасного українського мистецтва може стати порівняння творчості Ж. Кадирової з попередньою переможницею Т. Гум, яка у 2017 р. здобула

перемогу, представивши серію з п'яти великих фотографічних портретів, які розглядають перспективи для метанаративів мінливого світу.

Участь у виставці PULSE Art Fair у грудні 2018 р. стали досвідом знайомства Ж. Кадирової з американською аудиторією і співпраці з «Voloshyn Gallery». Крім того, це закарбувалось в історії розвитку проекту «Маркет» і сучасного українського мистецтва, адже сприяв міжнародному визнанню.

Повертаючись до демонстрації проекту української художниці в рамках Венеційської бієнале 2019, зазначимо, що вона запрошена куратором Р. Ругоффом, відомим в арт-колі як директор лондонської галереї Nayward Gallery. Р. Ругофф має репутацію майстерного організатора виставок із художниками, що працюють зі складними темами. Гаслом цьогорічного заходу стала фраза «Щоб ви жили в цікаві часи!», яку часто помилково приписують східній культурі. Куратор вважає, що й як фейкова новинна історія, це висловлювання є «ерзац-культурною реліквією», яке ніколи не використовувалося в Китаї. Для куратора важливо, щоб бієнале, незважаючи на серйозну тему про «сильні розбіжності у суспільстві та соціальному дискурсі», пов'язана з фейковими новинами та альтернативними фактами, мало легку форму. Р. Ругофф описує своє бієнале як «грайливий за своєю суттю» досвід «глибокого залучення, поглинання і творчого навчання» для відвідувача [17].

Проект Ж. Кадирової відібраний в контексті кураторського задуму про мистецький твір як каталізатор породження різних асоціацій. «Маркет» справді сприяє розмові з глядачем, провокуючи на роздуми про ціноутворення мистецтва і його цінність загалом. Це відповідає загальній ідеї цьогорічної міжнародної виставки сучасного мистецтва, для якої обирались художники чиї роботи «багатоманітні і неоднозначні, які могли б мати справу з парадоксом і протиріччям, генеруючи багато асоціацій інтерпретовані по-різному глядачами» [15].

«Планувалося, що я продаватиму роботи на вагу, як зазвичай це роблю в рамках цього проекту. Але Венеціанська бієнале – не комерційна інституція і дуже консервативна, продавати предмети мистецтва нам суворо заборонили», – говорить Ж. Кадирова [10]. Додаткове культурологічне осмислення інсталяція Ж. Кадирової з'являється, коли розумієш історію виставки у Венеції і те, що ще нещодавно одна з найдавніших світових виставок мала активну комерційну спрямованість.

Досліджуючи це питання, А. Арутюнова звертає увагу, що система бієнальних продажів зійшла нанівець у 1968 р., коли студенти та інтелектуали лівих поглядів окупували сади, де розташовувались виставкові павільйони. Протестуючі «звинуватили організаторів виставки в тому, що вони перетворили її в іграшку для багатих магнатів, а мистецтво – в товар» [1; 68].

Розмірковуючи над питанням про цінність мистецтва, куратор Венеційської бієнале 2019 р. вважає, що воно полягає у можливості його відхиленні від світового порядку. Тому виклик правилам арт-ринку, який здійснила українська художниця, гармонійно вписується в загальну концепцію і сприяє розвитку загальної ідеї, спрямованої на «зосередження уваги на роботи художників, що кидають виклик існуючим звичкам мислення», привертають увагу до «речей, які можуть бути недоступні, під радаром або іншим чином недоступні» і піддають сумніву культурні кордони [1]. Саме цей момент і важливий для Р. Ругоффа, адже виставка ґрунтується на ідеї, що найважливішим є глядацький досвід поза виставковим чи галерейним простором. Ця тема також отримує розвиток у рамках самого бієнале, адже цьогорічний кураторська виставка розташовувалась на двох різних локаціях, які кардинально різняться між собою: перша у неокласичному павільйоні кінця ХІХ ст., друга – у колишньому заводі з виробництва мотузок ХІV ст. Таким чином привертається увага на протиріччя і двозначність мистецтва. Проект Ж. Кадирової представлено у першому павільйоні. «Арсенал», таку назву має це приміщення, є 300-метровим вузьким прямокутником, який можна порівняти з травним каналом – заходячи з одного боку, він «споживає» відвідувача і випльовує з іншого. Інсталяція Ж. Кадирової актуалізує загальне питання про створення мистецтва і культурного споживання, крім того пропонує розглянути соціальну функцію мистецтва.

Висновки. Українське сучасне мистецтво активно розвивається і взаємодію з світовим арт-простором, зокрема й через арт-ринок. Вивчивши досвід бієнале, можемо констатувати, що українське мистецтво розвивається в контексті європейської моделі інформаційного суспільства, яке шукає баланс між економічною і культурною складовою. Тема інсталяції української художниці в основній кураторській виставці є яскравим свідченням цього напрямку. Бачимо, що інформаційне поле також розвивається і його вплив на формування тем мистецьких творів, імідж художників та інтерпретацію арт-творів має підґрунтя для подальшого культурологічного осмислення.

Список використаної літератури

1. *Арутюнова А.* Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 232 с.

2. *Арутюнова А.* Рынок искусства: практичность или духовность. *Философско-литературный журнал «Логос»*, vol. 25, №. 4 (106), 2015, С. 216–225.
3. *Баздырєва А.* Украинские художники в главном проекте ARSENALE 2012. URL: <http://artukraine.com.ua/a/ukrainskie-hudozhniki-v-glavnom-proekte-arsenale-2012/> (дата звернення: 6.12.2019).
4. *Долганова Е. А., Хангельдиева И. Г.* Арт-рынок: полифункционализм и полифонизм основных субъектов. *Социология власти*, №. 5, 2010. С. 118-128.
5. *Долгина Е. А.* Арт-рынок: теория. URL: https://artandyou.ru/art/art_rynok_teoriya/ (дата звернення: 13.11.2019).
6. *Ложкина А.* Перманентна революція. Мистецтво України XX - початку XXI століття. Київ: Art Huss, 2019. 544 с.
7. *Луценко Л. М.* (2010). Концепции информационного общества и социальная функция информации. *Ценности и смыслы* (5 (8)), С. 136–152.
8. *Маркет 2017-2018.* URL: <https://www.kadyrova.com/market-2017> (дата звернення: 13.11.2019).
9. *Павличенко Н. В.* Сучасний український арт-ринок: проблеми і рішення. *Магістеріум. Культурологія*. 2015. Вип. 59. С. 57–61.
10. *Платонова А.* Жанна Кадырова: «Я до сих пор продолжаю искать свой визуальный язык». URL: https://lb.ua/culture/2019/07/24/433029_zhanna_kadirova_ya_sih_por.html (дата звернення: 13.11.2019).
11. *Пронина Л. А.* Информационная культура как фактор развития информационного общества. *Аналитика культурологии*. №. 10, 2008. С. 75–91.
12. *Циба Г.* Олександр Соловйов: «Головний підсумок ARSENALE - сама ARSENALE» <http://artukraine.com.ua/ukr/a/aleksandr-solovev-glavnyy-itog-arsenale-sama-arsenale/#.XgELVUczbIU> (дата звернення: 7.12.2019).
13. *Хангельдиева И. Г.* О понятии «информационная культура» // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее : Междунар. науч. конф. Тез. докл. Краснодар, 1993. С. 2.
14. *Degen N.* Introduction. Value-Added Art // *The Market* / ed. by N. Degen. L.: Whitechapel Gallery; Cambridge: MIT Press, 2013. P. 12.
15. *Luke B.* Ralph Rugoff on why the 2019 Venice Biennale has a 'split personality'. URL: <https://www.theartnewspaper.com/interview/ralph-rugoff-venice-biennale> (дата звернення: 13.11.2019).
16. *Masuda Y.* The Information Society as Post-Industrial Society., Washington, D.C., USA: World Future Society, 1981, 178 p.
17. *Mcgivern H.* 'Pleasure and critical thinking': Ralph Rugoff unveils curatorial direction of 2019 Venice Biennale. URL: <https://www.theartnewspaper.com/news/pleasure-and-critical-thinking-ralph-rugoff-unveils-curatorial-direction-of-2019-venice-biennale> (дата звернення: 17.11.2019).
18. *The Contemporary Art Market report 2019.* URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2019> (дата звернення: 05.12.2019).
19. *Zhanna Kadyrova awarded the 2018 Miami Beach PULSE PRIZE.* URL: <https://artdaily.cc/news/109775/Zhanna-Kadyrova-awarded-the-2018-Miami-Beach-PULSE-PRIZE#.XfyoBEczbIU> (дата звернення: 13.11.2019)
20. *Walmsley B.* The death of arts marketing: a paradigm shift from consumption to enrichment. *Arts and the Market*, Vol. 9 No. 1, 2019. pp. 32–49.

Refences

1. *Arutiunova A.* Art-runok v XX veke: prostranstvo khudozhestvennoho eksperymenta. Nats.yssled. un-t «Vushshaia shkola ekonomyky». Moskva: Yzd. Dom Vushei shkolu ekonomyky, 232 s.
2. *Arutiunova A.* Runok yskusstva: praktychnost yly dukhovnost. Fylosofsko-lyteraturnyy zhurnal «Lohos», vol. 25, №. 4 (106), 2015, S. 216–225.
3. *Bazdyrieva A.* Ukraynnskye khudozhnyky v glavnom proekte ARSENALE 2012. URL: <http://artukraine.com.ua/a/ukrainskie-hudozhniki-v-glavnom-proekte-arsenale-2012/> (data zvernennia: 6.12.2019).
4. *Dolhanova E. A., Khanheldyeva Y. H.* Art-runok: polyfunktsyonalyzm y polyfonyzm osnovnykh subeektov. *Sotsyolohyia vlasty*, №. 5, 2010. S. 118-128.
5. *Dolhyna E. A.* Art-runok: teoriya. URL: https://artandyou.ru/art/art_rynok_teoriya/ (data zvernennia: 13.11.2019).
6. *Lozhkina A.* Permanentna revoliutsiia. Mystetstvo Ukrainy XX - pochatku XXI stolittia. Kyiv: Art Huss, 2019. 544 с.
7. *Lutsenko L. M.* (2010). Kontseptsyy ynformatsyonnoho obshchestva y sotsyalnaia funktsyia ynformatsyy. *Tsennosty y smuslu* (5 (8)), S. 136–152.
8. *Market 2017-2018.* URL: <https://www.kadyrova.com/market-2017> (data zvernennia: 13.11.2019).
9. *Pavlichenko N. V.* Suchasnyi ukrainskyi art-rynok: problemy i rishennia. *Mahisterium. Kulturolohiia*. 2015. Vyp. 59. S. 57–61.
10. *Platonova A.* Zhanna Kadyrova: «Ja do sykh por prodolzhaiu yskat svoi vyzualnui yazuk». URL: https://lb.ua/culture/2019/07/24/433029_zhanna_kadirova_ya_sih_por.html (data zvernennia: 13.11.2019).
11. *Pronyna L. A.* Ynformatsyonnaia kultura kak faktor razvytyia ynformatsyonnoho obshchestva. *Analytyka kulturolohyu*, №. 10, 2008. S. 75–91.
12. *Tsyba H. Oleksandr Soloviov:* «Holovnyi pidsumok ARSENALE - sama ARSENALE» <http://artukraine.com.ua/ukr/a/aleksandr-solovev-glavnyy-itog-arsenale-sama-arsenale/#.XgELVUczbIU> (data zvernennia: 7.12.2019).

13. *Khanheldyeva Y. H.* О понятии «информационная культура» // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее : Междунар. науч. конф. Тез. докл. Краснодар, 1993. С. 2.

14. *Degen N.* Introduction. Value-Added Art // The Market / ed. by N. Degen. L.: Whitechapel Gallery; Cambridge: MIT Press, 2013. P. 12.

15. *Luke B.* Ralph Rugoff on why the 2019 Venice Biennale has a split personality. URL: <https://www.theartnewspaper.com/interview/ralph-rugoff-venice-biennale> (data zvernennia: 13.11.2019).

16. *Masuda Y.* The Information Society as Post-Industrial Society., Washington, D.C., USA: World Future Society, 1981, 178 p.

17. *Mcgivern H.* 'Pleasure and critical thinking: Ralph Rugoff unveils curatorial direction of 2019 Venice Biennale. URL: <https://www.theartnewspaper.com/news/pleasure-and-critical-thinking-ralph-rugoff-unveils-curatorial-direction-of-2019-venice-biennale> (data zvernennia: 17.11.2019).

18. *The Contemporary Art Market report 2019.* URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2019> (data zvernennia: 05.12.2019).

19. *Zhanna Kadyrova awarded the 2018 Miami Beach PULSE PRIZE.* URL: <https://artdaily.cc/news/109775/Zhanna-Kadyrova-awarded-the-2018-Miami-Beach-PULSE-PRIZE#.XfyoBEczbIU> (data zvernennia: 13.11.2019).

20. *Walmsley B.* The death of arts marketing: a paradigm shift from consumption to enrichment. Arts and the Market, Vol. 9 No. 1, 2019. pp. 32–49.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ АРТ-РЫНКА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО УКРАИНСКОГО ИСКУССТВА (НА ПРИМЕРЕ БИЕННАЛЕ)

Русаков Сергей Сергеевич – кандидат философских наук, доцент, докторант, Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств, г. Киев

Обоснована необходимость расширения культурологических исследований арт-рынка с учетом последних тенденций, а также его научной концептуализации в отечественной культурологии. Учитывая рост роли информации, арт-рынок приобретает новые ценностно-смысловые аспекты, а интерес к этой теме требует культурологического осмысления. Информационная функция арт-рынка актуализируется благодаря формированию и развитию информационно-технологической революции, поэтому имеет влияние на социокультурную деятельность художников и презентацию искусства. Функцию информирования на арт-рынке выполняют организационные структуры, среди которых автор сосредотачивает внимание на биеннале. Проанализированы проекты украинских художников на первой I Киевской международной биеннале современного искусства ARSENALE 2012 и проект Ж. Кадыровой во время 58 Венецианской биеннале в 2019 г.

Ключевые слова: арт-рынок, информационная функция, информационное общество, биеннале, «Мистецький Арсенал», Арсенале 2012, Венецианское биеннале 2019.

INFORMATIONAL FUNCTION OF THE ART MARKET IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY UKRAINIAN ART (BY THE BIENNALE EXAMPLE)

Rusakov Serhii – Ph.D., Associate Professor, Doctoral Candidate, National Academy of Culture and Arts, Kyiv

The necessity of expanding the cultural researches of the art market, taking into account the latest cultural and art tendencies, is considered, as well as its scientific conceptualization in national cultural studies. The art market is gaining new valuable and semantic meanings, because of the growing role of information. So the interest in this topic requires cultural reflection. The information function of this market is actualized due to the formation and the development of the digital revolution, so it has an impact on the socio-cultural activity of the artists and the presentation of their art. Information structures in the art market are performed by organizational structures, among which exhibitions and biennials are highlighted. The projects of Ukrainian artists from the first Kyiv International Biennale of Contemporary Art ARSENALE 2012 and the project of Zhanna Kadyrova from the 58th Venice Biennale in 2019 are analyzed.

Key words: art market, informational function, information society, biennale, Mystetskyi Arsenal, ARSENALE 2012, Venice Biennale 2019.

UDC 7.075(477)·06

INFORMATIONAL FUNCTION OF THE ART MARKET IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY UKRAINIAN ART (BY THE BIENNALE EXAMPLE)

Rusakov Serhii – Ph.D., Associate Professor, Doctoral Candidate, National Academy of Culture and Arts Management, Kyiv

The aim of the article is to find out the peculiarities of the informational function of the art market in the context of contemporary Ukrainian art.

Methodology and the researches. The interdisciplinary approach was used during the research. It contributed to the involvement of cultural, philosophical, economic, historical and art aspects of the identified issues in the context of the specifics of Ukrainian art of the second decade of the 21st century.

Result. Due to the need of interpretation of ambiguous works of contemporary art and the formation of the image of an artist, the information function of the art market is one of the most relevant. We have considered three models of the development of the information society and analyzed the cultural approach to the concept of «information culture». So the important role of the informational function as a factor in the development of market relations in art sphere is highlighted. The role of the biennale for the presentation of artists' work has been clarified. The first Kyiv International Biennale of Contemporary Art ARSENALE 2012 was able to perform high-quality art works from around the world in Kyiv and show Ukrainian artists on the same level with world famous colleagues. In 2019, the installation of Ukrainian artist, namely Zhanna Kadyrova, was first demonstrated in the main project of Venice Biennale.

Novelty. The importance of the informational function of the art market in the context of cultural understanding of the concepts of «informational society» and «informational culture» was analyzed. The role of the organizational structures which contribute to the efficiency of circulation of information about the art market through the example of the biennale is revealed.

The practical value. The practical value identified the possibility of expansion of the understanding of the information function of the art market, which becomes effective in the comprehensive study of contemporary Ukrainian art.

Key words: art market, informational function, information society, biennale, «Mystetskyi Arsenal», ARSENALE 2012, Venice Biennale 2019.

Надійшла до редакції 10.11.2019 р.