

ПОДІЯ ЯК ЦІННІСНО-СМИСЛОВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ АРТ-РИНКУ

Русаков

Сергій Сергійович

кандидат філософських наук,
доцент, докторант, Національна
академія керівних кадрів
культури і мистецтв, м. Київ
globus41@ukr.net

Русаков

Сергей Сергеевич

кандидат философских наук,
доцент, докторант, Национальная
академия руководящих кадров
культуры и искусств, г. Киев
globus41@ukr.net

Serhii Rusakov

Ph.D., Associate Professor,
Doctoral Candidate,
National Academy of Culture
and Arts Management, Kyiv
globus41@ukr.net

Анотація. У статті досліджено проблематику арт-ринку крізь призму культурологічного розуміння феномену події. Відвідування художніх ярмарків та бієнале перетворилось на важливу складову культурного життя сучасної людини, тому такий ракурс дослідження дає змогу визначити подію як фактор розвитку сучасного мистецтва та інструмент для розширення розуміння актуальних напрямів мистецтва XXI століття. Подієвий характер арт-ринку сприяє узагальненню і розумінню тенденцій і смислів сучасного мистецтва. Крім того, події сприяють інтеграції людей зі схожими інтересами й вільному обміну ідеями. Автор досліджує феномен події в контексті арт-ринку як ціннісно-смысловий чинник розвитку сучасної культури. Обґрунтовуючи та розвиваючи тезу щодо смислотворчого аспекту події арт-ринку, сама подія досліджується як одиниця культурного досвіду та чинник культурного розвитку. Мистецтво з давніх часів сприяло наданню змісту й значення колективним зборам людей, тому культурологічне дослідження події дає змогу зрозуміти цінності та смисли, які виникають у відвідувачів. Концептуалізація подій можлива завдяки культурній антропології, яка є джерелом знань про культуру, зокрема свята, обряди й ритуали. Вивчення бієнале та художніх ярмарків як подій допоможе зрозуміти сутність арт-ринку, його багатозначність для розвитку сучасного суспільства.

Ключові слова: арт-ринок, подія, культурний досвід, культурний розвиток, художній ярмарок, бієнале, виставка мистецтва.

Актуальність теми та проблеми дослідження. Усе більше днів у календарі сучасної активної людини позначені як певна подія зі світу мистецтва — відкриття бієнале (Венеція, Стамбул, Сідней, Берлін та ін.), міжнародної виставки сучасного мистецтва (напр., Кассель) або художнього ярмарку (Базель, Париж, Дубаї, Маямі та ін.). Різноманіття подій забезпечують підтримку постійного інтересу до художнього світу сьогодення, а в поєднанні з мандрями це перетворюється на захоплюючу та пізнавальну діяльність. Така активність, яка стала визначальною на початку XXI століття, суттєво вплинула на арт-ринок як спосіб ознайомлення з мистецтвом. Дослідниця Жюдіт Бенаму-Юе зазначає:

«Раніше колекціонери мали звичай щосуботи обходити галереї. Сьогодні формула споживання зовсім інша. Пропозиція стала інтернаціональною, і спільнота колек-

ціонерів переміщається світом до місця чергової події» (Бенаму-Юе, 2008).

Бієнале сучасного мистецтва та художні ярмарки — найбільш популярні світові події арт-ринку, які постають у форматі презентації художніх творів. Назвемо їхню суттєву різницю: другий формат, на відміну від першого, має комерційну спрямованість. Бієнале є некомерційною виставкою і організовується спеціально запрошеним відомим куратором, для таких подій художникам часто замовляють нові твори. Щоправда, нині художні ярмарки вдало баланують між втіленням комерційної спрямованості й дотриманням сучасного запиту щодо соціальної відповідальності. Важливо, що частина авторів і авторок наголошують на впливові подієвості сучасної культури на певне розмиття кордонів, усталених попередньою моделлю арт-ринку: між комерційністю і ціннісно-смісловим аспектом сучасного арт-ринку. Наприклад, Луїза Бак і Джудіт Грір зазначають:

«У міру того як подієвість починає відігравати все більшу роль у розвитку мистецтва, ярмарки виходять на перший план, не поступаючись бієнале, аукціонним тижням і вернісажам у відомих музєях» (Бак, Грір, 2008, с. 148).

Такий підхід дає змогу зосередитись на культурологічних аспектах феномену арт-ринку.

Мета статті — проаналізувати ціннісно-смісловий аспект ролі події для розвитку сучасного арт-ринку. Вивчення феномену арт-ринку в контексті культурологічного осмислення події як складової отримання культурного досвіду і фактора соціокультурних змін може набути перспективності за умови врахування таких тенденцій сучасної культури, як видовищність, подієвість, філософування, соціальна відповідальність та ін.

Останні публікації. «Подія» перетворилася на актуальний культурологічний концепт, який потребує ґрунтовного дослідження у зв'язку з новим ритмом життя у ХХІ ст. Цей ритм створює зручні умови для посилення ролі подієвості в контексті загального функціонування арт-ринку. Основою нашого дослідження стали напрацювання на тему арт-ринку Анни Арутюнової, Луїзи Бак і Джудіт Грір, Ізабель Грав, Жюдіт Бенаму-Юе, які відзначають нову роль подій. Методологічною основою

стали напрацювання Джона Дьюї, які розширюють розуміння і значення мистецтва, шукаючи його практичну роль у формуванні людського досвіду. Серед останніх публікацій виокремимо дослідження Роберти Дреон, яка, аналізуючи вплив концепції Дьюї, висвітлює взаємозв'язок з формуванням арт-ринку другої половини ХХ ст.

Виклад основного матеріалу. Події з давніх часів відігравали важливу роль у житті суспільства, допомагаючи виділяти знакові моменти, яким люди надають значення. У давнину більшість подій ставало невід'ємною частиною соціальної активності людини, наприклад, релігійні святкування, культурні фестивалі та торгові площі, де передбачалась організація ринків та ярмарок. Наприклад, ярмарки мистецтв сягають корінням до Античності: точкою відліку сучасного інституту арт-ринку були саме ринкові площі. У кожній епосі цей формат існував і отримував постійний розвиток. Усередині ХХ ст. такі події набули значного поширення, а в наш час перетворились на впливовий масштабний інститут арт-ринку. Отже, в історії людської культури в різних епохах бачимо знакові моменти, зокрема, коли на місцевому, національному чи міжнародному рівнях збирались відзначити мистецтво.

«Подія» як поняття має міждисциплінарний характер, адже її досліджують історики, філософи, культурологи, літературознавці, лінгвісти та ін. Проте вперше це поняття знайшло розробку саме в працях філософів, а саме в науковій творчості М. Гайдегера (Хайдеггер, 1991), який відмовляється від розгляду події винятково в контексті повсякденного життя (Поздняков, 1999).

Для кращого розуміння події варто ознайомитись із науковою розвідкою О. Пілюгіної, яка досліджує семантичні аспекти цього поняття. Науковиця звертає увагу на латинське першоджерело «*eventus*» (розкриває світ як ірраціональну реальність), англійське слово *event* (вбирає в себе з латинського прототипу елемент випадковості, непередбачуваності, але за цього акцентує активний, діяльнісний принцип події), французьке слово «*événement*» (зосереджує в контексті події змагальний вимір). Французьке тлумачення слова набуває певного культурологічного характеру, адже має ще один можливий переклад — «свято». Таким чином на першому плані з'являється карнавальність, театральність, гра в нібито серйозних сферах життя

(Пилюгіна, 2013). Цікаво, адже витoki художніх ярмарків, наприклад, виникають з релігійних свят та торгових майданчиків часів Давньої Греції.

Німецьке поняття «Ereignis» («подія») може бути осмислене як «освоєння» буття або «поворот» (перехід, перелам) до усвідомлення буття як власного.

«Звідси, в німецькій іпостасі подія-ereignis завжди є унікальною, це є усвідомлення власного буття через буття з Іншими і буття Інших як власного» (Пилюгіна, 2013).

Подію як культурний артефакт пропонує розглядати відомий культуролог А. Фліер. На думку дослідника, культурологічна інтерпретація подій «допоможе розширенню наших знань про соціальну реальність минулого і сучасного» (Фліер, 2017, с. 104). Щоправда, цей концепт розглядається в контексті історичної культурології, але тут може стати в пригоді французьке тлумачення поняття «подія», яке «пов'язує подію з історією: подія може бути розглянута лише в контексті її історії; власне, подія і є історія (подія)» (Пилюгіна, 2013).

Дональд Гетц у праці «Event Studies» розглядає методологічне підґрунтя аналізу події і окремо наголошує на культурологічному підході. Проте такий напрям досліджень, на думку вченого, повинен розглядатись у поєднанні з культурною антропологією, соціологією та медіазнавством (Getz, 2013, с. 167). Антропологія, зокрема, є джерелом основних знань і важливих теорій про людську культуру. Відвідування людьми й надання значення певним подіям визначається культурою. Тому Дональд Гетц вважає, що визначення того, що є автентичним у події вимагає наукової розробки культурної антропології. Крім того, дослідник згадує теорію лімінальності, яка основана на вивченні свят, ритуалів і паломництва, важлива для розуміння і концептуалізації події. Тема культурного впливу події також спирається на антропологію, особливо в контексті взаємодії організатор-відвідувач, тому можна ефективно застосовувати методи етнографії та спостереження у дослідженнях, пов'язаних з подіями (Getz, 2013, с. 72).

Відправною точкою нашого дослідження стала теза А. Г. Горбунової про те, що подія є одиницею культурного досвіду.

«Чому саме через досвід потрібно розкривати подію? Тому що саме досвід є тим, що передує категоріям суб'єкта та об'єкта, а потім відбувається дроблення даного на ці дві категорії» (Горбунова, 2013, с. 131).

Одним з перших філософів, який ґрунтовно розробив концепцію взаємодії досвіду й мистецтва є представник американського прагматизму Джон Дьюї. У праці «Мистецтво як досвід» вчений визначає головну мету філософії мистецтва:

«Постійно об'єднувати твори мистецтва як окремі інтенсивні форми досвіду й повсякденні події, вчинки, страждання, універсально визнані в якості складових досвіду» (Dewey, 1934).

Джон Дьюї працював у період становлення американського мистецтва, творці якого прагнули визнання у світовому контексті. В умовах формування нових світоглядних орієнтирів та художніх тенденцій у США зацікавлюються арт-ринком як новою можливістю, що сприятиме кращій комунікації між усіма учасниками світової художньої спільноти й допомагатиме презентації творчих доробок нових художників (для об'єктивності маємо відзначити й комерційну зацікавленість американців).

Такий підхід змінив погляд на мистецтво від «музейної концепції» до практичної діяльності, здатної вдовольнити життєві потреби нового покоління, допомагаючи розширенню ціннісно-смыслових орієнтирів молодих людей та формуючи прагнення до набуття «розумних навичок» — гнучких, ефективних для критичного переосмислення в межах спільної суспільної практики (Dreon, 2013).

Роберта Дреон зазначає, що концепція Дьюї про взаємозв'язок мистецтва й людського досвіду зробила вирішальний внесок у популяризацію новітніх художніх практик, які спрямовані як на інтелектуальну, так і естетичну насолоду. Художні твори відіграють значну роль в утвердженні людини, адже впливають на досвід у широкому значенні цього слова. Дьюї виокремлює у розумінні досвіду не лише повсякденні звички, ритуали та фольклор, а й сферу цінностей, бажань, сумнівів, страхів і різні форми взаємодії з навколишнім світом. Тому

американський філософ засуджує «музейну концепцію мистецтва», яка призвела до фетишизації художніх творів, зведення мистецтва на метафізичний п'єдестал (К. Хаскінз) і позбавлена активного пізнавального начала.

Ідеї Дж. Дьюї знаходили відгомін серед фахівців у галузі культури, які підтримували прагматичний підхід до діяльності культурних інституцій. Наприклад, тезу про потребу переосмислення «музейної концепції» активно підтримував Джон Коттон Дана, директор Ньюаркської бібліотеки та музею, який прагнув зробити заклади культури актуальними для повсякденного життя громадян. Він розглядав ці установи не просто як місце для зберігання культурних артефактів, а як простір для проведення освітніх заходів, які сприятимуть розвитку людини й переосмисленню попередніх традицій. Урешті-решт, такий підхід сприяв долученню більшого числа людей до світу мистецтва, роблячи їх більш обізнаними та здатними до активної участі в житті суспільства, у тому числі у сфері культури. Крім того, прагматична концепція вплинула на купівельну стратегію музеїв: замість придбання творів минулого ті зосередилися на купівлі творів з галузі промислового дизайну. Таким чином було поставлено під сумнів класичне розмежування елітарного й масового мистецтва, мистецьких творів і дизайнерських, промислових виробів. Це й стало визначальною ознакою мистецтва ХХ ст. і суттєво вплинуло на становлення і розвиток арт-ринку в другій половині ХХ ст.

Розширення і переосмислення арт-ринку сприяло орієнтації на середній клас та задоволення його символічних потреб. Дьюї не досліджував арт-ринок, проте цілком усвідомлював позитивні й негативні наслідки нового феномену, коли стверджував, що «умови, що створюють прірву, яка взагалі існує між виробником і споживачем у сучасному суспільстві, створюють також прірву між звичайним та естетичним досвідом» (Дреон, 2013).

Формування нового арт-ринку потребувало нового способу ознайомлення з арт-творами, який становитиме основу для нового досвіду. Дьюї розглядає людину як суб'єкта, здатного до критично усвідомленого вибору і, насолоджуючись мистецтвом, спроможного до посилення якісного аспекту свого досвіду. Такий «досвід споживання» не є формою споживацтва, оснований на придбанні-виснаженні-забутті.

«Натомість це такий собі досвід, коли задоволення потреби людини в якісно насичених та інтенсивних стосунках є експансивним та енергійним», — підкреслює Р. Дреон (Дреон, 2013).

Спираючись на такий підхід, можемо визначити подію як можливість активного практичного пізнання, яке відбувається внаслідок ознайомлення з новими художніми творами, представленими на арт-ринку. Таким чином, одержуючи новий досвід, людина задовольняє потребу в самореалізації і інтелектуально-естетичному зростанні. Уникаючи шаблонності завдяки певній святковості й значущості, подія сприяє розвиткові творчого мислення, перегляду усталених звичок та моделей поведінки. Досвід, отриманий через подію, є рефлексивно-творчим і здатним формувати нові ідеї, асоціації, знання, ціннісно-сміслові конструкти, сприяючи переосмисленню шаблонів і стереотипів, навчаючи працювати з широким смисловим полем.

Події арт-ринку привертають увагу значного осередку як досвідчених колекціонерів і відомих експертів, так і допитливих відвідувачів, які прагнуть отримати новий досвід, долучившись до незвіданої раніше сфери людської культури. Тому подія створює зручні обставини для входження у «світ мистецтва». Американський історик і теоретик мистецтва Артур Данто вважає художнім все, що визнається в якості такого спільнотою експертів, які займаються діяльністю в цій галузі і говорять однією професійною мовою (Данто, 2017). Саме подія створює вдалі умови для інтеграції такої спільноти.

На сьогоднішній день події арт-світу стають чинником соціокультурного та мистецького розвитку. Наприклад, арт-ярмарки сприяють поживленню мистецьких процесів у суспільстві. Для колекціонерів арт-ярмарок як подія є зручним форматом, бо дає змогу побачити твори мистецтва в одному просторі, а галереям, особливо тим, які розташовані за межами міських центрів, допомагає привернути увагу більшої кількості глядачів до своєї діяльності й представлених там митців. Міжнародні ярмарки стають важливою частиною функціонування сучасного арт-ринку, надаючи значення події, відвідувачі перетворюють захід на важливу платформу для популяризації мистецтва, продажу арт-творів, налагодження співпраці між різними суб'єктами арт-індустрії.

Бієнале, художній ярмарок або, наприклад, аукціон є значною подією у загальному культурному просторі, адже вона потрапляє в поле зору всіх учасників арт-ринку (колекціонерів, художників, дилерів, галеристів), висвітлюється на шпальтах видань, обговорюється в академічному просторі. Таким чином маємо підстави розглядати бієнале, арт-ярмарок чи аукціон як стимулюючий чинник для розвитку арт-ринку. На думку О. А. Каверіної, такі події спираються на застосування історичних та етнічних традицій організацій ритуалів, церемоній та свят (Каверіна, 2014, с. 151). Дослідниця арт-світу Кароліна Джонс пише, що бієнале є подією, яка має усталені традиції, певні ритуальні аспекти, у тому числі обіцянку повернутись на захід наступного разу (Jones, 2017).

Організація подій нині спрямована на творення певної міфології, але має особливий ракурс і стратегічне завдання — формування символічного капіталу різноманітних, як комерційних, так і некомерційних об'єктів просування (Каверіна, 2014, с. 151). Усталений погляд на бієнале як некомерційний і арт-ярмарок як комерційний майданчик презентації сучасного мистецтва є яскравим свідченням цього підходу. Наприклад, низка молодих митців розпочинають кар'єру завдяки участі у художніх ярмарках, які дають змогу презентації своїх доробків великій кількості відвідувачів. Події арт-ринку дають унікальну можливість дилерам, колекціонерам та кураторам відкрити нові таланти, таким чином сприяючи подальшому культурному розвитку.

Бієнале у Венеції є однією з найдавніших втілень подієвої культури, яке здобуло визнання у світі сучасного арт-ринку. Заснований у 1895 році формат відкритої виставкової форми презентації мистецтва швидко набув міжнародного масштабу й авторитетності завдяки регулярності проведення (один раз на два роки).

Бієнале безперечно само по собі є подією, але водночас перетворює мистецький твір на подію. Навіть для Дж. Дьйої храм, картина чи вірш — це лише продукт, а не твір мистецтва. Твір народжується лише під час взаємодії людини з продуктом, унаслідок чого виникає досвід. Саме подія, створюючи зручні умови для ознайомлення з представленими «продуктами», сприяє їхньому перетворенню на твори мистецтва й здобуттю нового досвіду.

Сучасна бієнале як подія — це поєднання но-

вого культурного досвіду під час ознайомлення з найкращими арт-творами сучасності з розважальною, видовищною складовою. Перефразовуючи Джонатана Котона Дана: хороша подія повинна приваблювати, розважати, викликати запитання і підвищувати допитливість, тим самим сприяючи освіті й розвитку. Якщо до 1970-го року Венеційська бієнале була підсумком двох попередніх років, то, починаючи з року проведення 35-ої міжнародної виставки, подія набула функції прогнозування, формуючи мистецькі тенденції на наступні роки. Таким чином, представляючи пульс сучасного мистецького світу, подія визначає основні питання і тенденції, які формують світові музейні виставки та напрями розвитку арт-ринку на наступні роки. Л. Бак і Дж. Грір стверджують, що музеї та інші інституції часто влаштовують поїздки на такі події для своїх піклувальників і працівників.

«Крім шансу познайомитися з великою кількістю нового мистецтва, це дає можливість побачити й вершки арт-світу, бо колекціонери, дилери, куратори, критики та художники ніколи не пропускають бієнале й Документу» (Бак, Грір, 2008, с. 285).

Організація і проведення бієнале та художнього ярмарку ґрунтуються на емоційних ефектах, тому такі виставки визначаються як «події», а не формальні культурні заходи. Підсилення емоційного стану можна прослідкувати на прикладі українських виставок, коли організатори підсилюють значення події, обираючи незвичні локації (напр., напівзруйнований поверх готелю «Харків», Обсерваторія і Ботанічний сад у межах Другої Бієнале молодого мистецтва в Харкові, 2019 р.), практичних та інтерактивних творів мистецтва (виставка віртуальних скульптур «Умовний спосіб» у межах ярмарку Kyiv Art Week, 2018), а також розміщенням яскравих скульптур та інсталяцій у відомих публічних місцях (скульптура «Золотий лотос» корейського художника й дизайнера Чой Джонг Хва на Майдані Незалежності в межах проведення першої Київської бієнале сучасного мистецтва ARSENALE 2012). Відвідування події може стати підґрунтям формування нового рефлексивно-творчого досвіду. Наприклад, проєкт «Умовний спосіб» відкриває нові можливості для взаємодії відвідувача й арт-творів:

«Статичні предмети тепер здатні оживати, щоб давати глядачеві абсолютно новий досвід. Картину, статую або арт-об'єкт можна переосмислити у вигляді інтерактивного перформансу» (Перша віртуальна виставка сучасної скульптури. Не іграми єдиними).

Можемо підкреслити позитивну роль події не лише для розвитку арт-спільноти, а й для міста. У дні проведення бієнале, художнього ярмарку, виставки місто перетворюється на простір міжкультурної комунікації.

Розглянемо досвід Фестивалю сучасного мистецтва Kyiv Art Week. Подія дає змогу багатьом українським та іноземним галереям продемонструвати свої колекції та налагодити співпрацю, а киянам і гостям столиці зануритися на кілька днів у світ мистецтва, відвідаючи низку культурних просторів по всьому місту. Фестиваль містить низку заходів, зокрема виставки в київських галереях, освітні зустрічі, перформанси, концерти за участі різних музикантів і художників. Окремо варто згадати Міжнародний художній ярмарок Kyiv Art Fair, основна локація якого розташована в бізнес-центрі «Торонто-Київ», що навпроти Костелу Святого Миколая. Побудована відомим архітектором Владиславом Городецьким будівля є окрасою історичного та ділового центру столиці України, і, на думку багатьох гостей арт-ярмарку, сусідство архітектурної пам'ятки та ярмарку сучасного мистецтва є чудовим втіленням ідеї пошуку гармонії між історією і сучасністю, традицією і поступом. Таке творче узгодження різних напрямів і думок допомагає формуванню основи для вдалого співіснування та розвитку. Ця ідея була втілена 2019 р. на відкритті Kyiv Art Fair, коли відбувся аудіо-візуальний світловий перформанс на фасаді будівлі неоготичного стилю від художників групи Арт-зебс.

Фестиваль Kyiv Art Week як подія змогла актуалізувати різні київські локації. Наприклад, у 2019 р. у межах події відбулась художня інтервенція до Володимирського ринку, який розташований неподалік від основної локації. Будівлі таких ринків є цікавими для туристів, крім того допомагають безпосередньо українцям дослідити творчу спадщину. На першому поверсі ринкової будівлі були представлені роботи сучасних художників разом із роботами радянських часів.

«Протягом Kyiv Art Week у будівлі під час звичайного робочого часу буде проходити виставка й серія лекцій, які поставлять та проаналізують питання, про те, яким чином суспільство організує торгівлю та як торгівля реорганізує суспільство. Увага зосереджується на вражаючій архітектурі будівлі (архітектори Г. Ратушинський, К. Фельдман та інженери Б. Беднарський і Л. Дмитрієв) і її торговій діяльності», — зазначається на сайті події (Footnote 11: Володимирський Ринок).

Відвідувач події сучасної бієнале чи художньої ярмарки подорожує містом, додаючи гострі відчуття відкриття до досвіду самих творів мистецтва. Наприклад, у рецензії про минулорічне харківське бієнале зазначалось:

«Експозиція була свідомо розірвана між кількома локаціями, а глядач отримував можливість самостійно обирати маршрут між ними. Чи то архітектурний комплекс навколо «найбільшого в Європі» Майдану Свободи (чарівно-декадентний напівзруйнований поверх готелю «Харків», конструктивістський Держпром та сучасний «СміловЦентр» у корпусі Національного університету), чи то музейно-галерейний квартал, чи то острівки справжнього садівництва (Обсерваторія і Ботанічний сад) — усюди зібрані «дивовижні рослини» мистецьких проєктів» (Сад тисячі голосів: чому варто відвідати бієнале молодого мистецтва у Харкові).

Володимир Шабес зауважує, що подія у широкому вжитку, зазвичай, розуміється як «знакове явище, факт громадського або особистого життя», тому дослідник пропонує розглядати подію як одиницю фонових знань (Шабес, 1989, с. 15).

Справді, бачимо, що подія арт-ринку формує певний потік знань, які визначають колективні та індивідуальні дії на арт-ринку. Під знанням можемо розуміти проведення в межах події освітніх програм («...в останні роки Венеціанська бієнале приділяє все більшу увагу навчальній діяльності й усе більше та більше уваги приділяє так званім "освітнім" ініціативам, адресованим її виставковій аудиторії, університетам, молоді та дітям з усіх видів шкіл», — вказано на офіційному сайті бієнале

й надано великий перелік освітніх можливостей для відвідувачів різного віку та вподобань (Viennale educational 2017), формату «artist talk» (спілкування з представниками арт-спільноти на різноманітні теми), фахового обговорення (art market talk на Арт-Базелі) тощо.

Євген Барабанов зазначає, що «сучасний ринок мистецтва має справу з символічною продукцією і символічним обміном усередині системи споживання символічних благ» (Барабанов, 2002). Події відіграють ключову роль у створенні та поширенні культурних символів та контенту, що продукуються художниками, дилерами, експертами, тому вважаємо їх як важливий фактор розвитку арт-ринку. Дослідник зазначає:

«Через унікальність походження і особливе місце в культурі твір мистецтва передбачає обов'язкову наявність специфічних значень (художніх, естетичних, культурно-історичних), що вказують на можливість безкорисливої (невласницької) насолоди» (Барабанов, 2002).

Тому однією з можливих реалізацій «символічного присвоєння», можна вважати відвідування подій.

Подія містить багато заходів, які за суворим визначенням не є подіями. Заходи потребують уваги відвідувача й спрямовані на різносторонню залученість відвідувача до загальної події. Заходи в межах події в основному пов'язані з темою (наприклад, відкриті зустрічі з художниками, дискусійний майданчик з експертами, презентація арт-видань тощо). Арт-ярмарки та біснале як події сприяють організації супутніх мистецьких заходів, які відіграють важливу роль у контексті нової тенденції щодо соціальної відповідальності. Наприклад, паралельні освітні заходи, кіно- або музичні фестивалі, музейні виставки. Крім того, значення цієї події набуває ще більшої ваги, враховуючи допомогу розвитку економіці міст завдяки зростанню туризму (наприклад, за даними ООН у 2017 році у швейцарському місті Базель мешкало 171 017 чол., а кількість відвідувачів ярмарку Арт-Базель наближається до 100 тис. чол.)

Висновки. Подія перетворюється на можливість пізнання особливості творчості митців, сприяючи отриманню людиною нового досвіду, розширенню розуміння культурних тенденцій і особливостей сучасного мистецтва. Біснале, художній ярмарок, міжнародна виставка сприяють активній співдії відвідувачів з презентованими арт-творами: усе частіше на презентаціях художніх виставок можна скористатися аудіогідами, різноманітними підказками, звернутись за консультацією до медіаторів. Виставка як презентація мистецьких творів — це ретельно продумана подія, для втілення якої докладається максимум зусиль, щоб створити у відвідувача максимальний резонанс у вигляді розмірковування та подальшого обговорення.

Події в умовах сучасного арт-ринку отримують потенціал для всіх присутніх: для досвідчених — у межах заходу можуть експонуватись різні арт-твори, які з певних причин не до смаку відвідувачу, тому подія дає змогу побачити не лише те, що до вподоби, а й інші твори, які можуть сприяти отриманню нового культурного досвіду; для недосвідчених — кожен охочий має можливість проконсультуватись та отримати пораду щодо літератури або освітніх програм, джерел для кращого розуміння мистецтва (Enjoying the gallery experience).

Художній ярмарок як подія сприяє розвитку захоплення мистецтвом, його колекціонування та обговорення. Л. Бак і Дж. Грір цитують нью-йоркського колекціонера Гленна Фурмана:

«Я люблю їздити на арт-ярмарки. Це найкраща можливість помітити нових авторів і побачити справді хороші роботи серед тонн дурниці. Для мене важливо побачити мистецтво, яке я не розумію і вважаю потворним. Складно оцінити те, що ви любите, якщо не зрозуміти, що ви не любите. Ярмарки — найкраще місце для тренування ока» (Бак, Грір, 2008, с. 149).

Отже, подія сприяє отриманню нового досвіду, тому є сенс розглядати її як вдалу платформу для обміну ідеями й смислотворення. Події є знаковим явищем, яке визначає ціннісно-смысловий аспект розвитку сучасного арт-ринку.

Література:

- Арутюнова, Анна. (2015). *Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента*. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики. DOI: <https://doi.org/10.7256/1811-9018.2016.10.20570>
- Бак, Луиза & Грир, Джудит. (2008). *Искусство в собственность. Настольная книга коллекционера современного искусства*. Перевод с англ. С. Шкунаев. Научный редактор Екатерина Деготь. М.: ЗАО «ФЭЙС ФЭШН».
- Барабанов, Евгений. (2002). Искусство на рынке или рынок искусства? *Художественный журнал*, 46. Retrieved from <http://xz.gif.ru/numbers/46/rynok/>
- Бенаму-Юэ, Жюдит. (2008). *Цена искусства*. Перевод с французского Юлии Гинзбург. Москва: Artmedia Group.
- Буцикіна, Євгенія. (2020, January 30). *Сад тисячі голосів: чому варто відвідати бієнале молодого мистецтва у Харкові*. Retrieved from <https://elle.ua/stil-zhizni/novosty/sad-golosv-chomu-vam-sld-vdvdati-bnale-molodogo-mistectva-u-harkov/>
- Горбунова, Алла Глебовна. (2013). Событие как философская проблема: подходы к определению. *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование*, (167), С. 129–135.
- Грав, И. (2016). *Высокая цена: искусство между рынком и культурой знаменитости*. Переводчик: Екатерина Курова. Москва: Ад Маргинем Пресс.
- Данто, А. (2017). *Мир искусства*. Перевод А. Шестакова. М.: Ад Маргинем Пресс.
- Каверина, Е. А. (2014). Событийные коммуникации в пространстве культуры XX века. *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*, 2 (31), С. 151–155.
- Перша віртуальна виставка сучасної скульптури. Не іграми єдиними. (2018, 1 липня). Retrieved from <https://lenovo.ua/blog/persha-virtualna-vistavka-suchasnoyi-skulpturi-ne-igrami-yedinimi>
- Пилюгина, Е. В. (2013). Событие» как ключевой концепт постижения современной социальной реальности: семантические и ментальные акценты. *Studia Humanitatis*. 3. Retrieved from www.st-hum.ru
- Поздняков, М. В. (1999). «О событии» («Vom Ereignis») М. Хайдеггера. *Вопросы философии*. № 7. С. 140–157.
- Флиер, Андрей Яковлевич. (2017). Интерпретация смысла истории: событие как культурный артефакт. *Знание. Понимание. Умение*, 4. С. 98–107. DOI: <https://doi.org/10.17805/zpu.2017.4.9>
- Хайдеггер, М. (1991). *Разговор на проселочной дороге*: сборник. Пер. с нем. Под ред. А. Л. Доброхотова. М.: Высшая школа.
- Хаскинз, К. (1999). Эстетика прагматизма. *Коллаж-2: социально-философский и философско-антропологический альманах*. Пер. Н. Маньковской. Отв. ред. В. А. Кругликов. С. 109–120.
- Шабес, В. Я. (1989). *Событие и текст*. М.: Выш. шк.
- Biennale educational 2017*. (2020, February 4). Retrieved from <https://www.labiennale.org/en/educational>
- Dewey, John. (1934). *Art as Experience*. New York: Minton, Balch and Company. 353 p.
- Dreon, Roberta. (2013). Was Art as Experience Socially Effective? Dewey, the Federal Art Project and Abstract Expressionism. *European Journal of Pragmatism and American Philosophy*. Vol. 5. Issue 1. P. 279–292. DOI: <https://doi.org/10.4000/ejrap.606>
- Enjoying the gallery experience*. (2020, January 24). Retrieved from <https://www.agora-gallery.com/artgalleryblog/enjoying-the-gallery-experience/>
- Footnote 11: Володимирський Ринок. (2020, February 4). *Kyiv Art Week*. Retrieved from <https://kyivartweek.com/program/opening-footnote-11/>
- Getz, Donald. (2012). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events (Events Management)*. Second Edition. New York: Routledge.
- Jones, Caroline. (2017). *The Global Work of Art: World's Fairs, Biennials, and the Aesthetics of Experience*. Chicago: University of Chicago Press. DOI: <https://doi.org/10.1515/ngs-2017-0023>
- McAuliffe, Chris. (2014, May 30). *Explainer: what is a biennale?* Retrieved from <https://theconversation.com/explainer-what-is-a-biennale-26516>

References:

- Arutyunova, Anna. (2015). *Art-rynok v XXI veke: prostranstvo hudozhestvennogo jeksperimenta* [The Art Market in the 21st Century: The Space of Artistic Experiment]. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet «Vysshaja shkola jekonomiki». Moscow: Izdatel'skij Dom Vysshej shkoly jekonomiki. (in Russian) DOI: <https://doi.org/10.7256/1811-9018.2016.10.20570>
- Barabanov, Yevgeniy. (2002). Iskusstvo na rynke ili rynek iskusstva? [Art in the market or art market?]. *Khudozhestvennyy zhurnal*, 46. Retrieved from <http://xz.gif.ru/numbers/46/rynok>. (in Russian)
- Benhamou-Huet, Judith. (2008). *Tsena iskusstva* [Art Business 2]. Trans. from French by Julia Ginsburg. Moscow: Artmedia Group. 192 p. (in Russian)
- Biennale educational 2017*. (2020, February 4). Retrieved from <https://www.labiennale.org/en/educational>
- Buck, Louisa & Greer, Judith. (2008). *Iskusstvo v sobstvennost'*. *Nastol'naya kniga kolleksionera sovremennogo iskusstva* [Owning Art: The Contemporary Art Collector's Handbook]. Trans. S. Shukaiev, E. Diogot (Ed.). Moscow: ZAO «FEYS FESHN». (in Russian)
- Butsykina, Yevheniia. (2020, January 30). *Sad tysyachi holosiv: chomu varto vidvidaty biyenale molodoho mystetstva u Kharkovi* [The Garden of a Thousand Voices: Why Visit the Biennale of Young Art in Kharkiv]. Retrieved from <https://elle.ua/stil-zhizni/novosty/sad-golosv-chomu-vam-sld-vdvdati-bnale-molodogo-mistectva-u-harkov/> (In Ukrainian)
- Danto, A. (2017). *Mir iskusstva* [World of Art]. Trans. from English A. Shestakov. Moscow: Ad Marginem Press. (in Russian)
- Dewey, John. (1934). *Art as Experience*. New York: Minton, Balch and Company. 353 p.
- Dreon, Roberta. (2013). Was Art as Experience Socially Effective? Dewey, the Federal Art Project and Abstract Expressionism. *European Journal of Pragmatism and American Philosophy*. Vol. 5. Issue 1. P. 279–292. DOI: <https://doi.org/10.4000/ejppap.606>
- Enjoying the gallery experience*. (2020, January 24). Retrieved from <https://www.agora-gallery.com/artgalleryblog/enjoying-the-gallery-experience/>
- Flier, Andrey Yakovlevich. (2017). Interpretatsiya smysla istorii: sobytiye kak kul'turnyy artefakt [Interpretation of the meaning of history: event as a cultural artifact]. *Knowledge. Understanding. Skill*. No 4. P. 98–107. (in Russian) DOI: <https://doi.org/10.17805/zpu.2017.4.9>
- Footnote 11: Volodymyrskyi Market. (2020, February 4). *Kyiv Art Week*. Retrieved from <https://kyivartweek.com/program/opening-footnote-11/> (In Ukrainian)
- Getz, Donald. (2012). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events (Events Management)*. Second Edition. New York: Routledge.
- Gorbunova, Alla Glebovna (2013). Sobytiye kak filosofskaya problema: podkhody k opredeleniyu [Event as a philosophical problem: approaches to definition]. *Scientific and technical statements of St. Petersburg State Polytechnical University. Humanities and Social Sciences*, 1 (167), pp. 129–135. (in Russian)
- Graw, Isabelle. (2016). *Vysokaya tsena: iskusstvo mezhdru rynkom i kul'turoy znamenitosti* [Der Grobe Pries. Kunst Zwischen Markt Und Celebrity Kultur]. E. Kurova (trans.) Moscow: Ad Marginem Press. (in Russian)
- Haskins, C. (1999). Estetika pragmatizma [Pragmatist Aesthetics]. *Collage-2: socio-philosophical and philosophical-anthropological almanac*. Moscow: PFR AN. P. 109–120. (in Russian)
- Heidegger, M. (1991). *Razgovor na proselochnoy doroge* [A conversation on a country road]. Moscow: Vysshaya shkola. (in Russian)
- Jones, Caroline. (2017). *The Global Work of Art: World's Fairs, Biennials, and the Aesthetics of Experience*. Chicago: University of Chicago Press. DOI: <https://doi.org/10.1515/ngs-2017-0023>
- Kaverina, Ye. (2014). Sobytiynnye kommunikatsii v prostranstve kul'tury XX veka. [Event communications in the cultural space of the XX century]. *Society. Environment. Development (Terra Humana)*. 2 (31). P. 151–155.
- McAuliffe, Chris. (2014, May 30). *Explainer: what is a biennale?* Retrieved from <https://theconversation.com/explainer-what-is-a-biennale-26516>
- Persha virtual'na vystavka suchasnoyi skul'ptury. Ne ihramy yedynymy* [The first virtual exhibition of modern sculpture. Not games are the only ones]. (2018, July 31). Retrieved from <https://lenovo.ua/blog/persha-virtualna-vistavka-suchasnoyi-skulpturi-ne-igrami-yedinimi>. (In Ukrainian)

- Pilyugina, E. V. (2013). «Sobytiye» kak klyuchevoy kontsept postizheniya sovremennoy sotsial'noy real'nosti: semanticheskiye i mental'nyye aktsenty [*Event as a key concept of comprehension of contemporary social reality: semantic and mental accents*]. *Studia Humanitatis*. 3. Retrieved from www.st-hum.ru. (in Russian)
- Pozdnyakov, M. V. (1999). «O sobytii» («Vom Ereignis») M. Khaydeggera [*On the Event* (“Vom Ereignis”) by M. Heidegger]. *Questions of Philosophy*, No. 7. pp. 140–157. (in Russian)
- Shabes, V. Ya. (1989). *Sobytiye i tekst* [*Event and text*]. Moscow: Vyssh. shk. (in Russian)

Русаков Сергей Сергеевич

Событие как ценностно-смысловой фактор развития арт-рынка

Аннотация. В статье исследовано проблематику арт-рынка сквозь призму культурологического понимания феномена события. Посещение художественных ярмарок и биеннале превратилось в важную составляющую культурной жизни современного человека, поэтому такой ракурс исследования событий дает возможность определить их как фактор развития современного искусства и инструмент для расширения понимания актуальных направлений искусства XXI века. Событийный характер арт-рынка способствует обобщению и осмыслению тенденций и смыслов современного искусства. Кроме того, события способствуют интеграции людей со схожими интересами и свободному обмену идеями. Автор исследует феномен события в контексте арт-рынка как ценностно-смысловой фактор развития современной культуры. Обосновывая и развивая тезис о смыслообразующем аспекте события арт-рынка, само событие исследуется как единица культурного опыта и фактор культурного развития. Искусство с давних времен способствовало предоставлению содержания и значения коллективных собраний людей, поэтому культурологическое исследование события поможет понять ценности и смыслы, которые возникают у посетителей. Концептуализация событий возможна благодаря культурной антропологии, которая является источником знаний о культуре, в частности о праздниках, обрядах и ритуалах. Изучение биеннале и художественных ярмарок как событий поможет понять сущность арт-рынка, его многозначность для развития современного общества.

Ключевые слова: арт-рынок, событие, культурный опыт, культурное развитие, художественная ярмарка, биеннале, выставка искусства.

Serhii Rusakov

The event as a value factor in the development of art-market

Abstract. The article explores the problems of art market through the prism of philosophical and cultural aspects of the phenomenon of the event. Visiting art fairs and biennials has become an important part of cultural life of contemporary people, so a cultural study of these events makes it possible to identify them as a factor in the development of contemporary art and a tool to expand the understanding of current art trends in the 21st century. The author investigates the phenomenon of the event in the context of the art market as a value-semantic factor of the development of contemporary culture. Developing the proposition on the meaningful aspect of the art market event, the event is considered as a unit of cultural experience and the factor of cultural development.

The art has long been instrumental in providing the meaning and the value to group gatherings, so a cultural study of the event as a value and semantic factor in the development of the art market will help us to understand visitors' values and definitions. The conceptualization of the event becomes possible thanks to cultural anthropology, which is the source of knowledge about the culture, including holidays, customs and rituals. The analysis of the biennials and the art fairs as the events will help to understand the essence of the art market, its gravitas for the development of modern society.

Keywords: art market, event, cultural experience, cultural development, art fair, biennale, art exhibition.