



УДК [7.075:339.16:004.738]:616.98](477)
DOI <https://doi.org/10.15407/nz2020.06.1247>

РИНОК МИСТЕЦТВА (АРТРИНКУ) В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Степан ДАВИМУКА

ORCID ID:

провідний науковий співробітник,
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долішнього НАН України»,
вул. Козельницька, 4, 79026, Львів, Україна,

Stepan DAVYMUKA

ORCID ID:

leading researcher,

SI «Institute of Regional Studies
named after M.I. Dolishny NAS of Ukraine»,
4, Kozelnytska Street, 79026, Lviv, Ukraine,
e-mail:

ART MARKET IN CONDITIONS
OF THE CORONACRISES:
DEVELOPMENT TRENDS
AND PERSPECTIVES

Мета статті — визначити характерні тенденції ринку мистецтва (артринку) в період кризових ситуацій, обумовлених наслідками карантину, викликаного пандемією COVID-2019, та проаналізувати їх сутність й визначити перспективи подальшого розвитку. На основі застосування методів аналізу та синтезу, порівняння та узагальнення було встановлено характерні тенденції розвитку ринку мистецтва (артринку), серед яких: організаційна активність галерей, аукціонів та інших учасників екосистеми мистецтва, спрямована на пошук шляхів та методів збереження ринку; застосування методів підтримки культури та мистецтва з боку влади провідних країн світу для збереження мистецьких організацій та діяльності окремих художників; застосування цифрових технологій та перехід артринку в онлайн-режим; прояв активної позиції художників в частині генерування креативних ідей для роботи в мистецтві та на ринку. Виявлені та охарактеризовані тенденції представляють наукову новизну дослідження.

Висновки: креативні ідеї щодо нового формату виставок і продажів робіт можуть в умовах карантину або інших кризових ситуацій надати художникові та мистецьким організаціям можливість сповістити про себе на локальному та глобальному рівнях та продемонструвати відданість спільним цінностями і цілям.

Ключові слова: пандемія COVID-2019, ринок мистецтва, екосистема мистецтва, тенденції, онлайн-торгівля.

Background. The pandemic has strongly affected the culture and arts domain due to the absence of communication, closed borders, and isolation of countries and people. In such conditions, there is a need to carry out a specific research that would determine the peculiar trends on the art market in crises stipulated by the consequences of the quarantine caused by the COVID-2019 pandemic, analyze their nature, and outline the perspectives for further development.

Methods. Based on the applied methods of analysis, synthesis, comparison, and generalization, the trends peculiar to the development of the art market are determined. They include the organizational activity of galleries, auctions, and other entities in the art ecosystem directed at the search for the ways and methods to preserve the market; application of the methods to support culture and arts by the authorities of the leading countries to preserve the art organizations and activity of artists; use of digital technology and transfer of the market to the online regimen; display of the artists' active position in terms of generating the creative ideas to work in art and on the market.

Results. The detected and characterized trends constitute the scientific novelty of the research. The outlined and analyzed cases lead to the conclusion that creative ideas about the new format of exhibitions and sales of artworks can give the artists and art organization in conditions of the quarantine or other crises an opportunity to promote themselves on local and global levels and show the devotion to common values and goals.

Conclusions. The nature of events causes the need to review the business processes on the art market and management models at organizations (institutions of the art ecosystem) that are of utmost importance for culture and arts domain and to search for new managerial decisions.

Keywords: COVID-2019 pandemic, art market, art ecosystem, trends, e-commerce.

Вступ. Постановка проблеми. Сьогодні події в світі, обумовлені пандемією COVID-2019, показують, що немає ніякого окремого сегменту ринку, відірваного від ринку в цілому, у тому числі це стосується й ринку мистецтва. Стабільність — це одна із ключових умов його існування, а при появі ознак уповільнення та невизначеності власники творів вважають за краще відкласти участь в торгах, що призводить до зниження об'єму продажів.

Сьогодні сфера культури і мистецтва особливо тісно пов'язана з міжнародним співробітництвом, проте багато планів роботи на міжнародному ринку довелося відкласти або ж скасувати взагалі. Ще на самому початку кризи 2020 року із запровадженням карантинних обмежень 128 країн повністю закрили свої культурні установи, і хоча в кінці першого півріччя ситуація дещо поліпшилася, оцінити повноту наслідків, параметри глибини цієї кризи для культурного сектору і його складової мистецтва, — завдання майбутнього (тим паче, що невизначеність тільки посилюється). Проте спостереження за поведінкою ринку мистецтва дають змогу зробити висновки про характер і особливості протікання подій на ньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні відсутні системні наукові дослідження щодо розвитку ринку мистецтва (артринку) в кризовий період. Тому заслуговують на увагу експертно-аналітичні матеріали провідних міжнародних організацій та експертних агенств. Зокрема, однією з ініціатив ЮНЕСКО щодо реагування на вплив пандемії на сектор культури в усьому світі було створення тижневика «Культура і COVID-19: відстеження впливу і заходів у відповідь» [1]. Спроба проаналізувати інструменти підтримки сфери культури і мистецтва в часи кризи, викликаної пандемією, що використовують у світі, проаналізовано у праці [2]. В періодичних аналітичних матеріалах Д. Белькевича розглядається стан артринку в період пандемії, зокрема в статті [3]. Проте, з моменту оголошення пандемії пройшло вже достатньо часу, що потребує визначення відповідних тенденцій та перспектив на основі міжнародних аналітичних оглядів та оцінки практичних подій.

Мета статті — визначити характерні тенденції ринку мистецтва (артринку) в період кризових ситуацій, обумовлених наслідками карантину, виклика-

ного пандемією COVID-2019, та проаналізувати їх сутність й перспективи подальшого розвитку.

Основна частина. Попередження про те, що серйозна глобальна епідемія з сотнями тисяч жертв досить вірогідна, а наслідки її будуть катастрофічними для суспільства, постійно звучали в експертно-аналітичних доповідях відомих та авторитетних експертів з 2010 року. А прогнози щодо розвитку світової економіки ще наприкінці 2019 року показували її погіршення під впливом декількох чинників, серед яких торговельна війна між США і Китаєм, масові соціальні збурення в Гонконзі, криза, пов'язана з виходом Великобританії з Європейського Союзу, безпрецедентно низькі процентні ставки, що негативно відбиваються на стані ринку цінних паперів. Щодо розвитку артринку, то цифри першого півріччя 2019 року також не давали оптимізму. Так, за даними аналітичної фірми ArtTactic, загальні результати продажів Christie's, Sotheby's і Phillips знизилися на 20,3%. Ще різкіший спад спостерігався на аукціонах мистецтва Китаю та інших країн Азії: у першому кварталі 2019 року продажі скоротилися більш ніж удвічі порівняно з аналогічним періодом 2018 року. Більше постраждав верхній сегмент ринку: за даними Artnet, в першому півріччі продажі творів вартістю вище 10 млн. дол. знизилися на 35%. Введення на початку 2020 року в дію 5-ї Директиви Європейського Союзу по боротьбі з відмиванням грошей (5AMLD) [4], (документ, зокрема, передбачає посилення прозорості інформації про бенефіціарів (реальних) власників компаній і трастів), початок «Brexit» позбавили лондонські аукціони першокласних робіт і частини європейських колекціонерів, епідемія коронавірусу перевела Art Basel Hong Kong в режим онлайн і скасувала з десяток інших ярмарків мистецтва та аукціонних торгів, а падіння індексів фондових ринків і вартості основних марок нафти відбилосся на особистому капіталі найбільших світових колекціонерів. Інвестори в умовах невизначеності вирішують, чи варто поспішати з продажем; а ті, у кого є вільні кошти, думають, чи варто купувати «на спаді».

Отже, за даними аналітичних досліджень, з моменту оголошення пандемії коронавірусу та відміни перших арт-ярмарок ринок мистецтва стикнувся з втратами. Так, Американський журнал Art Handler розпочав дослідження шляхом опитування серед

працівників компаній артринку з метою з'ясувати, як встиг вплинути на них карантин [3]. Зокрема, у першій частині опитування, яке триватиме упродовж всього 2020 року, взяло участь 1027 співробітників арт-індустрії, а основні цифри такі: 69% респондентів відчують складнощі з оплатою оренди житла; 74% не мають оплачуваної відпустки; 64% не можуть займатися своєю роботою вдома; 81% фрілансерів не можуть працювати віддалено (тобто вимушені орендувати колективні офіси або студії). Серед прогнозів поліпшення ситуації і збереження артринку — застосування сучасних технологій в мистецтві — в першу чергу розробок у сфері дистанційного експонування, торгівлі, логістики і освіти, зокрема онлайн-ярмарки, виставки із застосуванням технологій віртуальної реальності, платіжні системи і логістичний трекінг та інше.

Інше опитування, організоване The Art Newspaper спільно з економістом і професором Маастрихтського університету Рейчел Паунелл, показало, що галереї по всьому світу очікують втрати приблизно 72% доходів через пандемію COVID-19 (в опитуванні, проведеному в квітні, коли більша частина світу перебувала в карантині, взяло участь 236 галерей і дилерів мистецтва з різних країн). Близько третини (33,9%) світових галерей передбачали, що не переживуть кризу. Найсумнішим вбачали своє майбутнє галереї середнього розміру (з п'ятьма — дев'ятьма працівниками); галереї з десятьма і більше працівниками налаштовані набагато оптимістичніше. Без оптимізму дивляться в майбутнє дилери у Великобританії, які очікують найбільш сильного падіння фінансової активності (79%); за ними слідує Азія (77%), Північна Америка (71%) і решта Європи (66%). Опитані галеристи вказали на різні проблеми, які ставлять під сумнів виживання їх бізнесу. Під час пандемії більшість дилерів (82%) в першу чергу турбує падіння продажів. Ще один фактор стресу пов'язаний з пошуками способів захистити своїх працівників в умовах карантину. Компанії, що мають доступ до державної компенсації заробітної плати, скористалися нею в середньому для 67% співробітників. Важливо зазначити, що більшість галерей відзначили, що якби мали ширший доступ до державних кредитів, то оцінювали б свої шанси пережити кризу набагато вище. Отримані The Art Newspaper дані узгоджуються з результатами ін-

шого дослідження, проведеного Професійним комітетом художніх галерей Франції, зокрема, третина французьких галерей побоювалися, що їм доведеться закритися до кінця 2020 року. В кінці травня Асоціація арт-дилерів Америки (Art Dealers Association of America, ADAA) повідомила, що очікує в своєму секторі падіння доходів на 73%. До цього моменту американські галереї вже позбулися чверті штату і тих, хто працює за контрактом.

Паралельно ЮНЕСКО підготувала звіт «Музеї у всьому світі перед обличчям COVID-19» [5] (травень 2020 р.) на основі всесвітнього опитування. Зокрема, вони підтверджують, що музеї особливо постраждали від пандемії, до того ж майже 90% з них, або більше 85000 установ, під час кризи закрили свої двері на різні періоди часу. Майже 13% музеїв по всьому світу можуть ніколи не відкритися знову.

Отже, як бачимо, період карантину — лютий-травень 2020 року був шоком для усіх інституцій сфери культури та мистецтва і потребував державної підтримки. Уряди різних країн по-різному відреагували на пандемію. Введену в Великобританії програму підтримки бізнесу, за якою уряд компенсує 80% зарплати тимчасово відстороненим працівникам, доповнили програмою підтримки самозайнятих. Щоб підтримати мистецький сектор Мистецька Рада Англії частково перерозподіляє ті гроші, що мали б йти на проекти, на цільову підтримку організацій, що фінансуються Arts Council England на основі трьорічних угод (так звані National Portfolio Organizations). Зокрема, на підтримку таких організацій виділено 90 млн фунтів. А для тих організацій, що не є частиною National Portfolio, але які є критичними для сфери культури Англії (це ті, хто замовляє або сам створює художній продукт та є епіцентром життя своїх спільнот), Arts Council виділяє 50 млн фунтів, щоб вони могли продовжувати замовляти роботу митцям та оплачувати її. І ще 20 млн фунтів виділяється на підтримку окремих художників та митців, аби дати можливість їм вижити у цей складний період. В США 2-трильйонний дол. пакет заходів економічної допомоги передбачає фонд в розмірі понад 370 млрд дол., призначений для малого бізнесу. Наприклад, найбільш поширеними формами підтримки під час COVID-19, до яких, за повідомленнями галерей, вони зверталися, були гранти, субсидії або інші кошти, що надаються урядами.

Один із ключових трендів — перехід артринку в онлайн як стратегічний крок ключових представників екосистеми артринку до виживання в умовах карантину [6]. Так, скасований Art Basel Hong Kong запровадив Online Viewing Rooms, де колекціонери отримують усі звичні опції попереднього перегляду творів від галерей, 95% яких погодилися на нові умови та адаптували свої шоу руми під віртуальний формат. За Art Basel Hong Kong послідували й інші міжнародні та регіональні ярмарки мистецтва. Поступово колекціонери прониклися ідеєю покупок онлайн, так як цей процес має свої переваги: 1) інтерфейс цифрових ярмарків дозволяє галереям завантажити велику кількість цікавої інформації, фото- і відео-матеріалів, а також іншого контенту, який буде поза сумнівом цікавий тим, хто розмірковує над придбанням тієї або іншої роботи; 2) якість пропонованих робіт значно зросла: у минулому на онлайн платформах не рідко пропонувалася не найкраща лінійка витворів мистецтва, а кращі роботи зберігалися для показу на традиційних ярмарках. Зараз такого розподілу не спостерігається — можна натрапити на справжній шедевр; 3) онлайн формат — це лише онлайн ярмарок, на якому можна концентруватися виключно на мистецтві, і в результаті знайти щось особливо цікаве.

У цьому контексті, важливо звернути увагу на спеціалізований звіт HISCOX Online Report від ArtTactic, де зазначається п'ять головних чинників, які важливі для покупців мистецтва онлайн: 1) якість пропонованого мистецтва: воно добре і ексклюзивне, як ті предмети, які я можу купити в офлайн-галереях? 2) пошук і навігація: чи легко знайти сегмент мистецтва і художників, які мене цікавлять, в Інтернеті в цілому і на сайті галереї зокрема? 3) репутація інтернет-продавців мистецтва: наскільки можна довірити їм свої гроші і залишатися спокійним за своєчасну і безпечну доставку? 4) прозорість цін: чи є можливість перевірити ціноутворення художника, його маркетингову активність (якщо він сучасний), динаміку минулих і поточних продажів? 5) інформація про пропонований продукт мистецтва: наскільки повно представлена довідкова інформація про художника і про саму роботу у онлайн-продавця? [7].

Загалом, щодо перспектив артринку в новій реальності, то його учасники однакові в тому, що до-

свід онлайн-переглядів і вернісажів в галереях і на ярмарках додає ринку прозорості — адже тепер ціни на роботи ніхто не приховує.

Практика показала, що аукціонні будинки, які відчували розпач на початку карантину через відміну очних торгів, також звернулися в інтернет та досягли вражаючих успіхів. Більшість із них, на відміну від галерей, вже мали розвинені інтернет-платформи і технології онлайн-торгів. Так, з початку 2020 року Sotheby's провів близько сотні онлайн-аукціонів на загальну суму понад 145 млн дол., що майже в шість разів більше, ніж в аналогічний період 2019 року. І це стосується не тільки провідних аукціонних будинків, подібних Sotheby's або Christie's. У своєму звіті американська інтернет-платформа з творами мистецтва Invaluable оголосила про те, що в квітні-травні кількість аукціонних будинків, що її використовували, різко зросла, а їх загальний оборот збільшився на 277%, кількість зареєстрованих покупців подвоїлася.

Заслужують на увагу серії вечірніх торгів Sotheby's, які пройшли онлайн в червні 2020 року і транслювалися в прямому ефірі з Гонконгу, Лондона і Нью-Йорка протягом чотирьох з половиною годин, які стали першою з початку пандемії COVID-19 великою публічною перевіркою на міцність верхнього сегмента артринку. Назагал торги принесли вражаючі 363,2 млн дол (з комісією), наблизившись до верхньої межі естимейта в 262,1—368,4 млн дол. (без урахування комісії). У числі лотів, представлених на трьох аукціонних сесіях, були предмети з колекції Джіні Вільямс, а також 30 творів сучасного мистецтва і 28 — імпресіонізму та модернізму. Всього було продано 93,2% лотів. На торгах двічі побитий рекорд вартості твору, проданого онлайн: спочатку ним став «Свято в саду» (1961—1962) Джоан Мітчелл, який продали за 7,9 млн дол, а слідом за ним портрет «Без назви» (1982) Жан-Мішеля Баскія, проданий за 15,2 млн дол. (естимейти наводяться без урахування комісії, а виручка — з урахуванням).

Однак, секція імпресіонізму і модернізму була не настільки вражаючою, але все-таки принесла 62,8 млн дол. «Голова сплячої жінки» (1934) Пабло Пікассо з естимейтом в 9—12 млн дол. була продана за 11,2 млн дол. Значну частину сумарної виручки склали 10 з 11 творів з добірки сюрреалізму і

модернізму Латинської Америки, виставленої під загальною назвою «Дух авангарду», які не тільки принесли 26,6 млн дол., а й встановили 5 нових аукціонних рекордів в даній категорії [8]. Картина Роя Ліхтенштейна «Оголена з веселим малюнком» (1994), продана за 46,24 млн дол., стала топ-лотом торгів мистецтвом ХХ століття Christie's ONE: A Global Sale of the 20th Century, які пройшли онлайн 10 липня 2020 року. За торгами в прямому ефірі спостерігало понад 80 тис. користувачів онлайн-каналу Christie's LIVE. Всього на аукціоні було продано мистецтва на 420 млн. дол., своїх покупців знайшли 94% лотів, сім художників оновили свої аукціонні рекорди, серед них Брайс Марден, Джордж Кондо, Такео Ямагучі [9].

Отже, аукціони довели, що онлайн-торги можуть показувати гарні результати й продемонстрували, що пандемія не вбила попит на мистецтво і що аукціони як і раніше залучають рішучих покупців. До того ж впевненість вселяє і кількість гарантій, хоча варто враховувати, що домовленості про деякі з них були укладені ще до кризи. Та все ж, сумарна виручка в 363,2 млн досить поступається результатам 2019 року, коли лише один аукціон сучасного мистецтва Sotheby's, що відбувся в Нью-Йорку 16 травня 2019 року, приніс практично таку ж суму — 341,8 млн. дол. Так що це, звичайно ж, успіх, але успіх лише за мірками «нової нормальності» потерпілого внаслідок пандемії арт-ринку [10].

Аналіз об'єднаних вечірніх продажів імпресіонізму, модернізму, післявоєнного і сучасного мистецтва провідних аукціонних будинків, що відбулися в жовтні 2020 року, відображений у новому звіті ArtTactic [11], показує, що у порівнянні з результатами літніх змішаних торгів 2020 року об'єм продажу в Нью-Йорку, Гонконзі і Лондоні в ціновому значенні знизився на 27,7% (674,5 млн дол.). Лоти вартістю понад 10 млн дол (10 шт.), як і раніше склали більше половини обсягу продажів Sotheby's і Christie's — 42,8%, або 208,6 млн дол (у кількісному відношенні — всього 10,8% від числа проданих лотів). У червні 2020 року на цей ціновий сегмент припадало 53,1% від загального обсягу продажів. Негативну динаміку показало співвідношення середнього за естимейт проданих лотів і сукупного обсягу продажів. Влітку обсяг всіх проданих лотів в ціновому вираженні перевищив їх сукупний серед-

ній естимейт на 7,7%, а восени не дотягнув до нього аж на 13,4%. На змішаних торгах обсяг фінансових гарантій аукціонних будинків і третіх осіб (які придбали б непроданий лот по нижній межі естимейта) у порівнянні з літніми значеннями впав на 30%: предмети мистецтва були підкріплені 273,5 млн дол гарантій (389,3 млн дол у червні 2020 року). Кількість гарантованих лотів також впала: з 76 до 65 шт. Аукціонні будинки використовували різні стратегії: Sotheby's гарантував 40 лотів із середньою вартістю «молоткастої» ціни в 3,1 млн дол, в той час як Christie's підтвердив гарантією викупу лише 15 лотів — але зі значно більш високою середньою вартістю (11,1 млн дол).

Дослідження показало, що загальною складністю і для галерей, і арт-дилерів, і для аукціонних будинків залишається логістика: при закритих кордонах доставити куплене мистецтво замовнику непросто. Очікується зростання сфери технологій в мистецтві — в першу чергу, розробок у сфері дистанційного експонування, торгівлі, логістики і освіти. Однак, постають нові проблемні питання, зокрема: яким чином захиститися від ризиків, перепрофілювавши свій бізнес або професійні навички під нові реалії, без погіршення умов праці? Ключовим механізмом для вирішення цих проблем слід вважати упровадження блокчейн-технологій.

Ще одна перевага онлайн аукціонів в тому, що вони дозволяють охопити набагато ширшу аудиторію по всьому світу і, як правило, залучають безліч нових покупців. Проте, колекціонери все ж побоюються робити крупні придбання онлайн — поперше, досить хвилююче питання витратити крупні суми, не бачивши роботи реально, по-друге, позначається відсутність азарту і атмосфери «справжнього» аукціону. За відсутності фізичних торгів в аукціонних будинках також значно збільшився оборот приватних продажів. Для колекціонерів, що опинилися у важкій фінансовій ситуації, продаж предметів мистецтва може виявитися вимушеною мірою, а приватні продажі — логічним швидким рішенням.

Важлива тема — стан та поведінка художника в кризовий період. Художники як це і повинно бути за їх покликанням, відчують світову кризу і передають ці відчуття в своїх роботах. Звертає на себе увагу щоденник Трейси Емін, який вона вела в інстаграмі галереї White Cube: щодня вона розпові-

дала про свої відчуття, які змінювалися від подиву, неприйняття до необгрунтованої агресії і страху. Впродовж цього тижня Емін працювала над новою картиною в своїй студії, фарби на якій згущувалися з кожним днем, як згущувалася криза на планеті. Подібні щоденники також вели Ентоні Гормлі, Сара Моріс, Теастер Гейтс. А нова робота художника Бенксі з'явилася в лікарні англійського міста Саутгемптон. Це одноколірний малюнок площею один квадратний метр. Він був вивішений в фойє лікарні, недалеко від дверей відділення реанімації, за домовленістю з керівництвом медичного закладу. На малюнку — хлопчик в комбінезоні, що сидить біля відра для сміття. Він викинув фігурки Спайдермена і Бетмена і грає з новим героєм, вірніше, героїнею — медсестрою Національної служби здравоохорення. Рука медсестри витягнута вперед, вона ніби летить по повітрю в позі Супермена. На її обличчі медична маска, на спині — накидка, на фартусі — червоний хрест (єдиний кольоровий елемент картини).

У США створили платформу для художників [Snark.Art](#). Всі, хто виклав роботи на онлайн-аукціоні, отримують прибуток від проданих творів, не залежно від того, чи його роботи продавались. За попередньою оцінкою, сервіс збирає 10% від продажів, 30% йде художникам з сайту, а решта — власнику роботи. Для порівняння: інші онлайн сервіси забирають 50% від вартості роботи. Платформа значною мірою обслуговує колекціонерів з невеликим бюджетом, більшість робіт коштують менше ніж 1500 доларів, хоча ціна декількох робіт складає 33000 доларів. Вона надає можливість молодим художникам розвиватись та мати стабільний прибуток. Починаючи з 30 творів 20 художників, платформа зростає й момент аналізу матеріалу налічувала 150 творів 55 художників з 17 країн [12]. Музей Родена в Парижі знайшов спосіб покращити фінансовий стан після пандемії й передбачає щорічно заробляти на доході від продажу копій не менше ніж в три мільйони євро. Бронзові скульптури створюються в спеціальних майстернях під контролем музейних професіоналів і продаються в художніх галереях, приватних колекціях та в інших музеях. Раніше музей рідко продавав копії скульптур, але карантин нашттовхнув працівників до нового способу заробітку. Річний бюджет музею — 12 мільйонів євро, продажі копій робіт як передбачають,

покриватиме четверту його частину [13]. Художники з Торонто започаткували проект *Canadian Art In Isolation*, в якому вирішили підтримати водночас і місцевих художників, і людей похилого віку, які особливо сильно відчують самотність, страх та депресію під час карантину: твори перших виставили в кімнатах других. Проект був доповнений онлайн-галереєю з метою привернення уваги до художників-учасників. Бостонський художник Ебен Хейнс створив галерею *the Shelter in Place Gallery* як спосіб показати свої роботи, незважаючи на пандемію і неспроможність не лише виставлятися в галереях, але й працювати в комунальних майстернях над створенням масштабних робіт. Галерея та все мистецтво в ній побудовані в масштабі 1 до 12, тобто мовби «лялькова» галерея, яка у такий спосіб надала художникам можливість створювати реальні нові роботи та виставляти їх у, по суті, оффлайн просторі, просуваючи виставки і художників у Instagram.

Отже, як завжди у кризові часи, творчим людям достатньо ініціювати креативні ідеї для того, щоб пережити скрутні часи. Важливо при цьому пам'ятати, що найбільші шедеври в історії мистецтва були створені в найскладніші її періоди — війни, епідемії і депресії; успішні художники краще переживають спад, ніж ті, хто представляє інтерес для регіональних або менш досвідчених колекціонерів; художник для суспільства сьогодні — це не тільки активний учасник соціальних мереж, але і до певної міри камертон суспільного настрою... Саме на них лежить найбільша відповідальність за те, з яким настроєм світ вийде з поточної ситуації: з посмішкою і бажанням творити або роздратуванням і злістю відлюдника [14].

Безумовно, в сфері культури і мистецтва відбувся серйозний відтік коштів, скорочуються маркетингові витрати, частиною яких традиційно є спонсорювання установ культури; скорочується ситуативна підтримка. Але навіть в цій ситуації, як показує практика, є компанії — спонсори-однорумці. Вони не просто дають гроші, а допомагають сформуванню справжнього партнерства завдяки загальним культурним цінностям і глибокому розумінню завдань сторін. Проявляє себе ще один інструмент підтримки мистецтва (він абсолютно недооцінений в нашій державі) — це *individual giving*, індивідуальна підтримка. Дослідження показують, що за минулі роки відсоток індивідуальних пожертвувань порівняно з іншими форма-

Таблиця

Поведінка ринку мистецтва в трьох основних кризових фазах 2020—2021 рр.

| Категорія мистецтва/ період | Вихід із карантину літо 2020 — осінь 2020 | Корегування осінь 2020 — весна 2021 | Відтворення весна 2021 і далі |
|--|---|--|---|
| Шедеври (первинний і вторинний ринок унікальних робіт) | Стійкий попит зустрівся з небажанням продавати/приймати роботи до продажу, що призвело до низького обсягу торгів, але із стабільними цінами | Більш низькі процентні ставки і висока ліквідність мистецтва «блакитних фішок» збережуть ціни стабільними при збільшенні обсягу торгів | Ринок шедеврів залишиться недоторканим |
| Визнані художники (з історією аукціонних продажів і/або представлені великої галереєю) | Дивно високий попит на онлайн-аукціонах, зберігає стабільні ціни завдяки постійній аудиторії | Надлишок пропозиції через падіння купівельної спроможності викличе падіння цін на 10—30%, оскільки покупці очікують знижок | Баланс між попитом і пропозицією призведе до зниження середніх цін на 10—15% |
| Первинний ринок (сучасне мистецтво без історії аукціонних продажів) | Дуже низька ліквідність, переорієнтація на інші форми мистецтва і методи продажів (цифрове мистецтво, часткове володіння) | Надлишок пропозиції через падіння купівельної спроможності і ліквідації/консолідації галереї призведе до падіння цін на 20—50% | Більшість галерей і їх художники повинні почати заново з більш низьких цін, кар'єра і бізнеси деяких ніколи не відновляться |

Джерело: за Art Market Update [15].

ми культурного фандрайзинга зростає. Більш охоче за все гроші на культуру і мистецтво жертвує молоде покоління, що знову-таки підтверджує ідею того, що донора треба зростити, щоб він міг відчувати себе частиною культурного сектора і усвідомлювати, що його підтримка важлива.

Таким чином, галереям, арт-ярмаркам, аукціонним будинкам, колекціонерам і, звичайно, художникам по всьому світу доводиться активно реагувати на виклики та знаходити методи й інструменти роботи в умовах пандемії. За цей період з'явилася велика кількість нових онлайн майданчиків для перегляду та купівлі творів мистецтва, підготовлено і проведено безліч лекцій, обговорень і воркшопів, реалізовано низку експериментальних арт-проектів, які фінансуються державними та недержавними грантовими організаціями, приватними інституціями, громадами, а організують музеї, галереї, громадські організації і самі художники. Instagram став ключовою платформою для комунікацій, мережевої комерційної діяльності галерей і художників, а результативним способом перетину та взаємодії різних сторінок та користувачів у соціальній мережі став запуск серії хештегів

(наприклад, хештег #artistsinquarantene італійської кураторки Дж. Пеллікарі, #artinthetimeofcorona, #artinquarantine, #quarantineart, #isolationart, #covidart та #covid19art тощо).

Покликання сучасного мистецтва — це відображення актуальної проблематики, і саме тому події кризи змушують багатьох учасників екосистеми мистецтва переосмислити багато речей, переглянути звичні формати, а публіку — усвідомити важливість мистецтва. Наприклад, вже обговорюються питання пов'язані з тим, що умови життя під час кліматичної катастрофи ставлять більш гостро питання про розробку екологічно стійких форматів великих культурних подій на кшталт бієнале, які все частіше розмірковують про дбайливе ставлення до історичної спадщини міст і зниження свого вуглецевого сліду. Екологічній проблематиці планувалося в 2020 році присвятити десятки міжнародних виставкових проектів, найбільш помітні з яких — нова бієнале в Гельсінкі і бієнале «Ми з тобою не живемо на одній планеті — Нові дипломатичні зустрічі» під кураторством Бруно Латура і Мартена Гіннар-Терра. В центрі уваги також питання: чи можливо зміни-

ти не тільки логістику, але і способи художнього виробництва, структуру і склад сучасних бієнале, які можна було б створювати в іншій концепції і більш сталій формі, на кораблях і поїздах, без вуглецевого викиду і забруднення як матеріальними, так і інформаційними відходами? Отже, багато експертів переконують, що «постковідний» світ буде іншим.

Щодо перспектив художнього ринку, то заслуговує на увагу Звіт Bank of America, який вказує на досвід фінансової кризи 2008—2009 років, що може допомогти з прогнозами і рішеннями в нинішній ситуації. Так, обсяг продажів предметів мистецтва та антикваріату впав з 62 млрд дол в 2008 році до 39,5 млрд дол в 2009 році, але вже до 2010 року повернувся до докризового рівня, що викликано стимулюючими заходами фіскальної і монетарної політики. Отже, ця ситуація подібна тій, що вже спостерігається у 2020 році. Bank of America очікує, що глобальна економіка і артринк в період 2020—2021 років підуть тим самим шляхом. При цьому обсяг ринку мистецтва за підсумками 2020 року прогнозується в звіті на рівні 34 млрд.дол. [15]. Окрім того, аналітики банку розділили нинішню кризу на фази і зробили прогноз поведінки продавців і покупців в кожному з них (таблиця).

Таким чином, усі визначені тенденції розвитку артринку дають можливість представити його складові, структуру, проаналізувати економічні показники з тим, щоб планувати його розвиток на майбутнє, враховуючи корективи, які повинні бути внесені у зв'язку з впливом пандемії коронавірусу та характеристикою соціально-економічного стану розвитку країн. Встановлено, що в періоди економічної кризи ринок мистецтва не падає — падає купівельна спроможність більшості гравців. Причому падає не відразу: в перший рік загальносвітової кризи колекціонери з грошима купують роботи у тих, хто миттєво зреагував на слово «рецесія». У тій же послідовності ринок і відновлюється: спочатку загальноекономічна ситуація, а потім і обсяги продажів мистецтва (оскільки воно не є предметом першої необхідності після закінчення періоду депресії).

Висновки. Як показала практика карантину, культура і мистецтво, зокрема в умовах невизначеності і тривоги, змогли надати нам створення деякого колективного нарративу, який в умовах соціальної ізоляції став неймовірно важливим. Звичайно,

що саме просте — це оцифрувати і закачати на сайти колекції, транслювати мистецькі події — це усе потрібно, але це лише один з інструментів. Потрібним виявилось створення простору для діалогу; виникла потреба у діяльності фахівців з фандрайзингу, що створило можливість прискорення появи нової професії в мистецькій сфері.

Знаведені кейси показують, що креативні ідеї щодо нового формату виставок і продажу робіт можуть в умовах карантину або інших ускладнень надати можливість сповістити про себе на локальному та глобальному рівнях та/або стати частиною спільноти із спільними цінностями і цілями. Саме тому період карантину висвітлив необхідність і реальну можливість об'єднання через організацію спільних мистецьких проєктів, а долучитися до таких проєктів набагато простіше онлайн.

Загалом, увесь характер подій змушує переглянути бізнес-процеси управління організаціями (інституціями екосистеми мистецтва), що взагалі дуже актуально саме для культурно-мистецької сфери, шукати нові управлінські моделі. І хоча термін дії кризової ситуації невизначений, світ мистецтва з цікавістю спостерігає за вимушеними, але від цього не менше цікавими новаціями. Світовий досвід показує, що експериментування з методами, цілями і способами експонування творів в часи COVID-19 та самоізоляції розширюють границі виставкового і невивставкового просторів, онлайн і оффлайн. Подальші дослідження будуть спрямовані на аналіз розвитку артринку в умовах пандемії в Україні.

1. Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker. URL: <https://en.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-and-response-tracker>.
2. Ганна Трегуб. Питання пріоритетів. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/243845>.
3. Денис Белькевич. Потери учасників арт-ринку. Отчеты Art Handler / Art Basel & UBS. URL: https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331_crisis_report.html.
4. 5AMLD — 5th EU Anti-Money Laundering Directive: What You Need to Know. URL: <https://complyadvantage.com/blog/5mld-fifth-anti-money-laundering-directive/>
5. Museums around the world in the face of COVID-19. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.
6. Art Galleries Respond to Virus Outbreak With Online Viewing Rooms. URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/16/arts/design/art-galleries-online-viewing-coro>

- navirus.html?fbclid=IwAR2OLaOqKa-cvct3ZDIsQj-LuWAZ5UNYFUMvYwF9uWzBHSnsbW3TUJ0-SkoT0.
7. Hiscox Online Art Trade Report 2019. URL: <https://arttactic.com/product/49173/>.
 8. Июньские торги принесли Sotheby's \$430 млн. URL: https://artinvestment.ru/news/artnews/20200702_sothebys_summer_sales.html.
 9. Сайт Christie's. URL: <https://www.christies.com>.
 10. Sotheby's выручил на онлайн-торгах 363,2 млн. дол. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8209/>.
 11. Snapshot Overview: Impressionist, Modern, & Contemporary Art Evening Sales, New York, October 2020. URL: <https://arttactic.com/product/snapshot-overview-impressionist-modern-contemporary-art-evening-sales-new-york-october-2020/>.
 12. Every Artist on This Online Art-Selling Platform Makes a Profit From Each Sale-Even If Their Own Works Don't Find Buyers. URL: <https://news.artnet.com/market/snark-art-in-the-age-of-quarantine-1893139>.
 13. Музей Родена в Париже будет продавать копии работ скульптора, чтобы покрыть убытки от карантина. URL: <https://artguide.com/news/7313>.
 14. Денис Белькевич. Арт-рынок в период кризиса. Часть 3: Войны и политическая турбулентность. URL: https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200402_crisis.html.
 15. Art Market Update. URL: <https://www.privatebank.bankofamerica.com/articles/art-services-market-update.html>.
- 4.5 AMLD — 5th EU Anti-Money Laundering Directive: What You Need to Know. Retrieved from: <https://comply-advantage.com/blog/5mld-fifth-anti-money-laundering-directive/>.
- Museums around the world in the face of COVID-19. Retrieved from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.
- Art Galleries Respond to Virus Outbreak With Online Viewing Rooms. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2020/03/16/arts/design/art-galleries-online-viewing-coronavirus.html?fbclid=IwAR2OLaOqKa-cvct3ZDIsQjLuWAZ5UNYFUMvYwF9uWzBHSnsbW3TUJ0SkoT0>.
- Hiscox Online Art Trade Report 2019. Retrieved from: <https://arttactic.com/product/49173/>.
- June Bidding brought Sotheby's \$ 430 million. Retrieved from: https://artinvestment.ru/news/artnews/20200702_sothebys_summer_sales.html [in Russian].
- Cite Christie's. Retrieved from: <https://www.christies.com>.
- Sotheby's 363.2 million in online bidding. Retrieved from: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8209/> [in Russian].
- Snapshot Overview: Impressionist, Modern, & Contemporary Art Evening Sales, New York, October 2020. Retrieved from: <https://arttactic.com/product/snapshot-overview-impressionist-modern-contemporary-art-evening-sales-new-york-october-2020/>.
- Every Artist on This Online Art-Selling Platform Makes a Profit From Each Sale-Even If Their Own Works Don't Find Buyers. Retrieved from: <https://news.artnet.com/market/snark-art-in-the-age-of-quarantine-1893139>.
- The Rodin Museum in Paris will sell copies of the sculptor's work to cover losses from quarantine. Retrieved from: <https://artguide.com/news/7313> [in Russian].
- Denis Belkevich. Art market during the crisis. Part 3: Wars and political turbulence. Retrieved from: https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200402_crisis.html [in Russian].
- Art Market Update. Retrieved from: <https://www.privatebank.bankofamerica.com/articles/art-services-market-update.html>.

REFERENCES

- Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker. Retrieved from: <https://en.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-and-response-tracker>.
- Anna Treghub. Priority issues. Retrieved from: <https://ty-zhden.ua/Culture/243845> [in Ukrainian].
- Denis Belkevich. Losses of the participants of the art market. Reports Art Handler / Art Basel & UBS. Retrieved from: https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200331_crisis_report.html [in Russian].