

3. Voronyi, M. (1996). Art Studies. Olexandr Arhipenko. Poetry. Translations. Criticism. Publicistic writing. T. I. Hundorova (Ed.). Kyiv: Nauk. Dumka, 533-537 [in Ukrainian].
4. Voronyi, M. (1996). Art Studies. Sergiy Vasylykivskiy (Artist-Painter). Poetry. Translations. Criticism. Publicistic writing. T. I. Hundorova (Ed.). Kyiv: Nauk. Dumka, 520-525 [in Ukrainian].
5. Husserl', E. (1929). All Real is constituted in the Subjectivity of the conscience. Transcendental phenomenology and intentional psychology. Problem of Transcendental psychologism. Formale und transzendente Logik. Versuch einer Kritik der logischen Vernunft. (V. F. Burlachuk, Trans). (pp. 205-235). Halle [in Ukrainian].
6. Husserl', E. (1929). Problems of the high levels, dealt with objective world. Transcendental problems of intersubjectivism and intersubjective world. Transcendental phenomenology and intentional psychology. Problem of Transcendental psychologism. Formale und transzendente Logik. Versuch einer Kritik der logischen Vernunft. (V. F. Burlachuk, Trans). (pp. 205-235). Halle [in Ukrainian].
7. Husserl', E. (1929). Transcendental problems of intersubjectivism and intersubjective world. Transcendental phenomenology and intentional psychology. Problem of Transcendental psychologism. Formale und transzendente Logik. Versuch einer Kritik der logischen Vernunft. (V. F. Burlachuk, Trans). (pp. 205-235). Halle [in Ukrainian].
8. Husserl', E. (1929). Transcendental phenomenology and intentional psychology. Problem of Transcendental psychologism. Formale und transzendente Logik. Versuch einer Kritik der logischen Vernunft. (V. F. Burlachuk, Trans). (pp. 205-235). Halle [in Ukrainian].
9. The Collection "Grand Artists": in 50 Vol. Vol. 50. Pablo Picasso. (2011). Kyiv: PAT «Komsomol'skaya pravda — Ukraina» [in Ukrainian].
10. Merleau-Ponty, M. (1975). Phenomenology of Perception. (V. F. Burlachuk, Trans). N. Y. Humanites Press Inc. [in English].
11. Heidegger, M. (1986). What is Metaphysics? The New technological wave in West. (V. F. Burlachuk, Trans). (pp. 31-44). Moscow: Progress [in Russian].

УДК 069:7-029:7] (477)

*Домащук Христина Степанівна,
аспірант кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
kristina041990@i.ua*

АРТ-ГАЛЕРЕЯ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Мета роботи – визначення ролі та місця мистецької галереї в контексті формування та розвитку нового соціокультурного середовища України. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні методу систематизації та синтезу інформації, що дає змогу проаналізувати етапи розвитку та особливості арт-галереї у вітчизняному художньому просторі. **Наукова новизна** роботи полягає в актуалізації ключових аспектів діяльності арт-галерей в Україні в контексті зміни культурно-мистецької парадигми. **Висновки.** Мистецька галерея органічно увійшла в культурне життя суспільства, виступає інституцією, у просторі якої репрезентуються новітні творчі концепції, а галерейна діяльність стає характерною ознакою культурного процесу сьогодення.

Ключові слова: арт-галерея, культурний процес, промоція, інституція, культурно-мистецьке середовище.

Домашук Кристина Степановна, аспірант кафедри менеджмента искусства Львовской национальной академии искусств

Арт-галерея в современном социокультурном пространстве Украины

Цель работы – определение роли и места художественной галереи в контексте формирования и развития нового социокультурной среды Украины. **Методология исследования** заключается в применении метода систематизации и синтеза информации, позволяющей проанализировать этапы развития и особенности арт-галереи в отечественном художественном пространстве. **Научная новизна** работы заключается в актуализации ключевых аспектов деятельности арт-галерей в Украине в контексте изменений культурно-художественной парадигмы. **Выводы.** Галерея органично вошла в культурную жизнь общества, выступает основным институтом, в пространстве которого представляются новейшие творческие концепции, а галерейная деятельность становится характерным признаком культурного процесса современности.

Ключевые слова: арт-галерея, культурный процесс, продвижение, организация, культурно-художественная среда.

Domashchuk Khrystyna, postgraduate of the Art management chair, Lviv National Academy of Arts

Art gallery in modern social and cultural space of Ukraine

Purpose of Article. The definition of the role and place of art galleries in the context of formation and development of the new socio-cultural environment of Ukraine. **Methodology.** The methodology of the research includes the method of systematization and synthesis of information. They allow you to analyse the development stages and features of art gallery in the domestic art space. **Scientific Novelty.** The scientific novelty consists in updating the main aspects of the art galleries in Ukraine in the context of changes of cultural and artistic paradigm. **Conclusions.** An art gallery organically has already entered the cultural life of society. It is an institution where new creative concepts are represented and gallery's activity becomes a characteristic feature of the present cultural process.

Keywords: art gallery, cultural process, promotion, institution, cultural and artistic environment.

Наприкінці 80-х рр. ХХ ст. в Україні відбувається трансформація культурно-мистецької парадигми, виникають та активно розвиваються культурні інституції нового типу та спрямування. Важливу роль у цьому процесі відіграє мистецька галерея, акцептуючи значні зміни в арт-середовищі.

Актуальність теми дослідження. Як нове та соціально перспективне явище, мистецька галерея стає вагомою формою репрезентації сучасного художнього життя та культури, виступає важливим стимулом розвитку мистецького процесу та естетичного виховання суспільства. Проте до кінця ХХ ст. ця інституція не отримала ґрунтовного наукового аналізу та оцінки серед вітчизняних дослідників. Лише в останні роки можна спостерігати спроби науковців виявити та проаналізувати роль арт-галереї в українському соціокультурному просторі, окреслити основні етапи розвитку, що визначає актуальність дослідження.

В Україні дослідженню галереї як інституції та галерейній діяльності загалом, присвячено невелику кількість публікацій. Автори здебільшого зосереджують увагу на історичних та соціокультурних передумовах розвитку мистецьких процесів, у контексті яких розглядається арт-галерея. Це передусім наукові висліди Г. Складенко [11], В. Сидоренка [10], О. Щеглової [15], В. Хаматова [14], Є. Герман [1] та ін.

Вагому роль у вивченні та осмисленні вітчизняної арт-галереї відіграє дисертаційне дослідження В. Михальчука «Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України» [3], у якому значну увагу приділено особливостям розвитку галерейної діяльності в Україні та її осмисленню з позицій культурології та мистецтвознавства.

Окремо слід виділити низку наукових публікацій В. Михальчука, в яких простежується спроба дослідити теоретичну базу арт-галереї. Зокрема, у статті «Культурно-історична еволюція понять «галерея», «галерейна діяльність» та споріднених з ними інституцій» [6, 198-206] розглядається визначення та розвиток понять «галерея», «виставка», «салон» тощо, побіжно окреслено галерейну та виставкову діяльність в історії України та Російської імперії в ХІХ-ХХ ст. Загальні складові галерейної діяльності визначені у статті «Галерейна діяльність як предмет наукового дослідження» [5], галерейну діяльність як фактор формування художнього ринку в Україні охарактеризовано у статті «Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України» [4, 147-154]. У дослідженні «Теоретико-методологічні засади вивчення діяльності мистецьких галерей» [8, 142-147] здійснено узагальнений аналіз українських та російських літературних джерел, що стосується галереї в цілому та виявлено, що галерея випала з кола наукових інтересів сучасного мистецтвознавства. Стаття «Мистецька галерея як феномен арт-простору сучасної України» [7, 201-210] присвячена культурологічному аналізу соціокультурних передумов становлення, змісту діяльності та основних інституцій феномена мистецької галереї як складової сучасного арт-простору України, досліджено процес інституалізації галереї в українському дискурсі.

У статті Л.В. Крупеніної «Арт-галерея як модератор художнього середовища міста» [2, 150-155] досліджено діяльність арт-галерей у просторі міської культури, проаналізовано процес комунікації галерей з усіма суб'єктами арт-системи, розглянуто їхній вплив на формування міського арт-простору.

Вагоме значення становлять публікації у періодичній пресі, що висвітлюють загальну картину діяльності мистецьких галерей у контексті нових тенденцій в українському та світовому мистецтві, анонси художніх виставок та проектів тощо. Ці публікації здебільшого мають рекламно-інформаційний характер і позбавлені наукової домінанти та обґрунтування художніх явищ.

Важливою складовою для аналізу на сьогодні є інтернет-ресурси, зокрема офіційні сайти галерей та сторінки у соціальних мережах, які репрезентують основну роботу інституції. Однак недоліком цього джерела є відсутність швидкого оновлення інформації та надання її в недостатньому обсязі.

Мета статті – визначити роль та місце арт-галереї в контексті формування та розвитку нового соціокультурного середовища України.

Виклад основного матеріалу. Уперше галерею як інституцію у вітчизняному художньому просторі та чинники, що вплинули на її розвиток, дослідив президент Асоціації Арт-галерей України В. Хаматов. Як стверджує дослідник, поштовхом до розвитку цих перших українських інституцій у середині 80-х рр. ХХ ст. став кооперативний рух. Виникли такі галереї, як «Триптих», «ІнкоАрт»

(Київ), «Вернісаж» (Харків), «Дзига», «Галарт» (Львів). До 1992-1993 рр. арт-галерей налічувалось понад тридцять. Потужний розвиток цього процесу сприяв виникненню перших Всеукраїнських ярмарків, зокрема Київського арт-ярмарку (1994-1995). При цьому В. Хаматов зауважує стихійну появу галерей та підсумовує, що у 1995 р. завершився перший етап їхнього становлення.

Другий етап галерейного руху (1995-2002) характеризувався позиціонуванням та координацією роботи галерей в Україні. Цьому активно сприяло передусім покращення технічних можливостей. У цей період кількість галерей збільшилась, розширилася співпраця з зарубіжними культурними інституціями. Художній процес упевнено перемістився в галерейний простір, арт-галереї почали вирішувати завдання інституційного, культурного та творчого розвитку, водночас ці дії не були відображені у культурній політиці України.

З 2002 р. В. Хаматов намітив третій етап розвитку мистецьких галерей, що простежувався їхньою творчою спеціалізацією та легалізацією як важливого фактора художнього та культурного життя країни [14, 23].

На сучасному етапі варто зазначити, що осередком сучасного мистецтва, простором для творчих експериментів та реалізації особистих амбіцій митця виступає саме галерея. Показовим є те, що кількість арт-галерей збільшилась по всіх регіонах, окремі ланки їх роботи почали транслюватися в інтернет-просторі, активно використовуються кураторські практики. Фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. вплинула на видавничу діяльність мистецьких галерей, що призвело до зменшення або припинення випуску друкованих засобів масової інформації (каталогів, буклетів тощо) через значне підвищення цін на ці послуги. Спостерігається зміщення акцентів у функціях галерей та способах досягнення поставлених цілей і завдань: із суто комерційної організації арт-галереї перетворюються в центри просвітництва, в яких зацікавлений глядач може отримати інформацію про розвиток сучасного мистецтва. Просвітницька функція вітчизняних галерей стає однією з ключових, оскільки сьогодні ця інституція виступає місцем для культурного спілкування і поповнення знань, вибудовує діалог між суспільством і культурою. Зокрема, галеристка О. Ягодовська, віддаючи перевагу культурній компоненті, визначає галерею як «передусім простір, у якому займаються мистецтвом. Сьогодні галереєю називає себе будь-який мистецький салон. Мистецтво повинно займатися сферою людських почуттів, адже живописці допомагають людині розвивати поняття про власну душу» [13, 15].

Галеристи намагаються задовольнити культурні потреби кожної людини, адже саме вона визначає рівень її розвитку, статус і місце в культурному житті суспільства. Загалом в арт-інституції зацікавлені в тому, щоб глядач задовольнив свої духовні потреби, ознайомившись із творами, покращив свій мистецький смак, а покупець, придбавши роботу того чи іншого художника, залишився задоволеним своїм вибором й надалі відвідував галерею і купував твори мистецтва. Разом з тим, творча особистість, що включена в діяльність галерей як цілісної системи, повинна отримувати можливість розвиватись, і, проходячи в галерею, знайомитись з новими тенденціями сучасного мистецтва й одночасно сприяти їхній появі.

У вітчизняному соціокультурному середовищі розширилось значення репрезентативної та комунікативної функцій мистецьких галерей. Усе частіше в галереях проводяться персональні і групові виставки як мистецькі проекти, організовуються різноманітні художні акції, перформанси; активно здійснюється участь у міжнародних арт-ярмарках, форумах, бієнале; знайомляться з сучасним мистецтвом України закордонних художників та діячів культури, запрошуючи їх на культурно-мистецькі заходи. Зокрема, такі практики поширені в галереях «Vovatanyu» (Харків), «АВЕК» (Харків), «Дзига» (Львів), «Гері Боумена» (Львів), «Voloshyn Gallery» (Київ), «ANN Gallery» (Київ) та ін.

Під впливом економічної та культурної сфери виставкова діяльність набула ширшого значення і стала проектною діяльністю. Також останнім часом у галереях почали використовуватися нові форми комунікації, зокрема проведення круглих столів, обговорення, конференцій, презентацій, бесід, дискусій тощо із залученням українських та зарубіжних мистецтвознавців, кураторів, художників, громадських діячів, де галерея починає виступати як з'єднуюча ланка між митцем і глядачем. У цій інституції створюється простір для спілкування та діалогу між усіма учасниками мистецького середовища й не тільки.

Особливої уваги заслуговує наукова компонента арт-галерей. Важливим аспектом їхньої діяльності є створення інформаційного поля для кожної виставки, художника. Проте сьогодні у галереях рідко випускаються наукові праці, монографії, каталоги творів художників, зменшився тираж продукції через дорожнечу цих послуг. Пріоритетну позицію займають інтернет-видання, сайти галерей, що висвітлюють інформацію про художників та їхню творчу діяльність, інтерв'ю з кураторами та митцями, актуальні тенденції в мистецтві. Також в арт-галереях реалізуються освітні програми, проводяться лекції та майстер-класи, екскурсії, що більш притаманне для музейної діяльності, але ці заходи допомагають в отриманні нових знань і досвіду в мистецькій галузі. Зокрема, у своїй діяльності такі заходи здійснюють «Bottega Gallery» (Київ), «ART 14» (Київ), «Зелена канапа» (Львів), «АВЕК» (Харків), «Бузок» (Харків), «АС» (Харків) та ін. У проектній діяльності значну роль відіграє система кураторства, коли спеціаліст-мистецтвознавець задає концепцію та координує мистецькі проекти, пише професійні тексти, дає інтерв'ю, працює з художником. Найвідоміші з них – Олександр Соловійов, Олексій Титаренко, Павло Гудімов, Володимир Кауфман, Тетяна Тумасян.

Українські галеристи частіше співпрацюють із засобами масової інформації, налагоджують зв'язки з кураторами та арт-критиками, здійснюють промоційні заходи. Важливе місце займає проведення рекламних акцій під час виставок, які привертають увагу глядачів, посилюють зацікавленість виставкою й самим митцем, і в кінцевому результаті збільшують обсяг продажів, створюють і підтримують імідж галереї. Метою рекламної діяльності є створення певного іміджу арт-галереї, її проектів та художників і їх просування на ринок: це насамперед публікації в інтернет-мережі, статті в журналах і газетах, репортажі на телебаченні. Усе активніше мистецькі галереї стають учасниками різноманітних соціальних, некомерційних, благодійних проектів, що підвищує їхній імідж та статус в суспільстві.

У вітчизняних галереях займаються промоцією художника на арт-ринку, що є достатньо новою практикою мистецької інституції. Спостерігається тенденція підтримки молодих маловідомих митців, популяризації їхньої творчості як серед вітчизняного населення, так і за кордоном. Часто галеристи активно співпрацюють з творчою молоддю, намагаються регулярно презентувати їх твори спочатку на виставках, а в подальшому – на ярмарках, аукціонах, зокрема і міжнародних. Не менш важливим є анонсування робіт авторів у різних засобах масової інформації, Інтернет-мережі, соціальних мережах тощо. Для цього здійснюється пошук і залучення партнерів, оскільки просування митця вимагає багато зусиль та коштів. Однак така діяльність повинна бути системною і як результат – ефективною та результативною. Таким чином, в арт-галереях відкривають нові імена, сприяють формуванню позитивного іміджу художника у мистецькому середовищі, що в свою чергу впливає на популяризацію самої інституції та визнання її у світовому арт-просторі.

Мистецьку галерею відрізняє від фондів, виставкових площ та інших інституцій – комерційна складова, що передбачає продаж творів мистецтва з метою отримання прибутку. Французький дослідник А. Моль, визначив художню галерею як «фінансовий організм, який на основі художніх цінностей створює цінності економічні. Функціонально художня галерея грає роль видавця для художників і біржового маклера для клієнтів. Галерея скуповує, зберігає, виставляє, продає та публікує твори художника в середовищі публіки» [9]. Однак, слід наголосити, що сьогодні галерея – це й соціальна інституція. Н. Суворов зазначає, що для багатьох галерей продаж творів мистецтва є основною умовою існування. Але в той же час повна комерціалізація стає причиною смерті галереї, тому що за таких умов вона втрачає свої основні функції і перетворюється на звичайний салон з продажу сувенірів, що орієнтується на масового споживача [12, 24-25].

У новому культурно-мистецькому просторі арт-галерея виступає інституцією нової формації, діяльність якої є значно ширшою та різноманітнішою, ніж у багатьох музеях, але площі для експозицій є невеликими. Саме це поєднання привертає увагу сучасного глядача, для якого дуже важливим є персональна форма спілкування, комфортне перебування в такому місці. Навколо галереї формується власне мистецьке середовище, відвідувач, клієнт, у галереях намагаються знайти індивідуальний підхід до кожного з них. Галеристи цілеспрямовано працюють щодо розширення кола своїх прихильників, активно проводячи мистецькі акції, презентації, майстер-класи, вернісажі, часто змінюючи виставки. Усе це поживляє зацікавлення до арт-інституції, сприяє зростанню її популярності та комерційному успіху.

У сучасних соціокультурних умовах власники мистецьких галерей ставлять перед собою певні цілі і завдання, для досягнення яких розробляється власна програма діяльності, тактика та стратегія розвитку (галерейна політика), від яких у свою чергу залежить її структура, функції та зміст діяльності. За кордоном місце галереї в культурному просторі залежить від багатьох факторів, зокрема від мистецтва, яке вона представляє, статусу, якого вона досягла за допомогою кропіткої роботи упродовж багатьох років, професіоналізму учас-

ників діяльності, кількості і статусу ярмарків і форумів, в яких брала участь, рівня визнання художників, яких вона представляє і т.д. Коли статус галереї досягнуто, то нові художники, з якими вона співпрацює, автоматично отримують визнання. Натомість в Україні експерти наголошують про певну закритість інституцій від загальної публіки, місце галереї позиціонується через соціальне становище галериста. Вітчизняні галереї здебільшого є централізованими, тобто зміст, принципи, формат, напрям їхньої діяльності визначає власник, куратор або директор. Незважаючи на складність та безсистемність формування та розвитку вітчизняного арт-ринку, відсутність його чіткої структури та неналежну підтримку держави, спостерігається активізація галерейної діяльності.

Наукова новизна роботи полягає в актуалізації ключових аспектів діяльності арт-галерей в Україні в контексті змін культурно-мистецької парадигми початку ХХІ ст.

Висновки. Недостатня увага науковців до вивчення арт-галереї унеможливило належно оцінити процес її розвитку, нівелює досягнення та применшує її роль у формуванні вітчизняного соціокультурного середовища. Галерею справедливо можна вважати своєрідним стержнем сучасного українського арт-ринку, що відіграє вагомую роль у розвитку мистецького процесу. Арт-галерея органічно ввійшла в сучасне культурне життя українського суспільства, її роль і значення постійно зростає. У контексті новітніх художніх тенденцій мистецька галерея це та інституція, в просторі якої репрезентуються сучасні творчі концепції, а галерейна діяльність стає характерною ознакою культурного процесу сьогодення. Перспективи подальших розвідок полягають у визначенні регіональних особливостей діяльності мистецьких галерей, окремим аспектам яких варто приділити увагу.

Література

1. Герман Є. С. Кураторська практика в сучасному мистецтві. Світовий досвід та український контекст : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 17.00.05 «Образотворче мистецтво» / Є. С. Герман. – К. : Нац. акад. образотворчого мистецтва і архітектури, 2016. – 18 с.
2. Крупеніна Л. В. Арт-галерея як модератор художнього середовища міста [Електронний ресурс] / Л. В. Крупеніна // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. – 2013. – Т.24 (65), № 3. – С.150-155. Режим доступу : http://sn-philcultpolSOC.crimea.edu/arhiv/2013/uch_24_3filosof/018_krup.pdf
3. Михальчук В. В. Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України : автореферат дис. на здобуття наук. ступ. канд. мистецтвознавства : спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури» / В. В. Михальчук. – К. : Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв, 2012. – 16 с.
4. Михальчук В. В. Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України / В. В. Михальчук // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2008. – Вип. 21. – С. 147-154.
5. Михальчук В. В. Галерейна діяльність як предмет наукового дослідження [Електронний ресурс] / В. В. Михальчук // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2011. – Вип. 17 (1). – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Uk_msshhr/2011_17_1/myhalch.pdf

6. Михальчук В. В. Культурно-історична еволюція понять «галерея», «галерейна діяльність» та споріднених з ними інституцій / В. В. Михальчук // Мистецтвознавчі записки : зб. наук. праць. – К. : Міленіум, 2008. – №14. – С. 198-206.
7. Михальчук В. В. Мистецька галерея як феномен арт-простору сучасної України [Електронний ресурс] / В. В. Михальчук // Мистецтвознавчі записки : зб. наук. праць. – 2014. – Вип. 26. – С. 201-210. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mz_2014_26_26
8. Михальчук В. В. Теоретико-методологічні засади вивчення діяльності мистецьких галерей [Електронний ресурс] / В. В. Михальчук // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2012. – Вип. 18 (1). – С. 142-147. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe?Uk_msshr_2012_18\(1\)_33%20\(4\).pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe?Uk_msshr_2012_18(1)_33%20(4).pdf)
9. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М. : Прогресс, 1973. – 406 с.
10. Сидоренко В. Д. Візуальне мистецтво від авангардних зрушень до новітніх спрямувань: Розвиток візуального мистецтва України ХХ-ХХІ століть / Ін-т проблем сучасн. мист-ва Акад.мист-в України. – К. : ВХ [студіо], 2008. – 187 с.: іл.
11. Скляренко Г. Я. Тенденції мистецтва другої половини 1980-1990-х років у контексті української культури / Г. Я. Скляренко // Мистецтвознавство України : зб. наук. праць. – К. : Спалах, 2000. – Вип.1:1999. – С. 127-135
12. Суворов Н. Н. Галерейное дело: искусство в пространстве галереи / Н. Н. Суворов. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2006. – 201 с.
13. Тіхоновська І. Мистецтво вимагає капіталовкладень. Ринкові правила відформатують український галерейний бізнес [Електронний ресурс] / І. Тіхоновська // Українська столиця. – 2007. – №25 (70). – С. 15. – Режим доступу : <http://www.stolytsya.kiev.ua/file/5.pdf>
14. Хаматов В. Галерейному руху 15 років / В. Хаматов // Галерея. – 2002. – № 9. – С. 23.
15. Щеглова О. Художнє життя Києва періоду 2000-2005 рр. [Електронний ресурс] / О. Щеглова // Художня культура. Актуальні проблеми. – 2007. – Вип. 4. – С. 201-208. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud_kult_2007_4_17

References

1. Herman, E.S. (2016). Curatorial practices in contemporary art. World experience and Ukrainian context. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv: Nat. Acad. Fine Arts and Architecture [in Ukrainian].
2. Krupenina, L.V. (2013). Art Gallery as the moderator artistic environment of the city. Vcheni zapysky Tavriys'koho natsional'noho universytetu imeni V. I. Vernads'koho. Seriya: Filosofiya. Kulturolohiya. Politolohiya. Sotsiolohiya, 3. Retrieved from http://snphilcultpolsoc.crimea.edu/arhiv/2013/uch_24_3filosof/018_krup.pdf [in Ukrainian].
3. Mykhalchuk, V.V. (2012). Gallery's activity in the system of art culture of independent Ukraine. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv: NAKKKiM [in Ukrainian].
4. Mykhalchuk, V.V. (2008). Gallery's activity in the system of art culture of independent Ukraine. Aktual'ni problemy istoriyi, teoriyi ta praktyky khudozhn'oyi kul'tury, 21, 147-154 [in Ukrainian].
5. Mykhalchuk, V.V. (2011). Gallery's activity as a subject of scientific research. Ukrayins'ka kul'tura: mynule, suchasne, shlyakhy rozvytku, 17 (1). Retrieved from http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Uk_msshr/2011_17_1/myhalch.pdf [in Ukrainian].
6. Mykhalchuk, V.V. (2008). Cultural and historical evolution of the concepts of «gallery», «gallery's activity» and related institutions. Mystetstvoznachchi zapysky, 14, 198-206 [in Ukrainian].
7. Mykhalchuk, V.V. (2014). Art Gallery as a phenomenon of modern art space Ukraine. Mystetstvoznachchi zapysky, 26, 201-210 [in Ukrainian].
8. Mykhalchuk, V.V. (2012). Theoretical and methodological basis of the study of art galleries. Ukrayinska kultura: mynule, suchasne, shlyakhy rozvytku, 18 (1). Retrieved from [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe?Uk_msshr_2012_18\(1\)_33%20\(4\).pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe?Uk_msshr_2012_18(1)_33%20(4).pdf) [in Ukrainian].
9. Mol', A. (1973). Socio-dynamics of culture. Moscow: Prohres [in Russian].

10. Sidorenko, V.D. (2008). Visual art of the avant-garde shifts to new directions: development of visual arts Ukraine XX-XXI centuries. Kyiv: VX [in Ukrainian].
11. Skliarenko, G.Y. (2000). Art trends second half of the 1980-1990-ies in the context of Ukrainian culture. *Mystetstvoznavstvo Ukrayiny*, 1, 127-135 [in Ukrainian].
12. Suvorov, N.N. (2006). Gallery thing: the art gallery in space. SPb.: Yzd-vo S.-Peterb. un-ta [in Russian].
13. Tihonovska, I. (2007). Art demands investment. Market rules format Ukrainian business gallery. *Ukrayins'ka stolytsya*, 25, 15. Retrieved from <http://www.stolytsya.kiev.ua/file/5.pdf> [in Ukrainian].
14. Hamatov, V. (2002). Gallery movement in '15. *Halereya*, 9, 23 [in Ukrainian].
15. Shcheglova, O. (2007). The artistic life of Kyiv period 2000-2005. *Khudozhnya kul'tura. Aktual'ni problemy*, 4. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud_kult_2007_4_17 [in Ukrainian].

УДК 7.73.04.-033.6](477.62)

*Корусь Олена Павлівна,
аспірант Інституту мистецтвознавства,
фольклористики та етнології
ім. М. Т. Рильського,
старший науковий співробітник
Національного музею «Київська картинна галерея»
ritanat79@gmail.com*

МАЛА ПЛАСТИКА ДРУЖКІВСЬКОГО ФАРФОРОВОГО ЗАВОДУ

Мета статті: на основі дослідження архівних матеріалів та предметів з приватних збірок дати уявлення про виробництво малої пластики на Дружківському фарфоровому заводі (далі – ДФЗ), узагальнити відомості про неї та її авторів. **Методологія** дослідження полягає у застосуванні історико-логічного, аналітичного, описового, систематизаційного методів. Значений методологічний підхід дає змогу відтворити певні етапи розвитку підприємства та розкрити причину розробки нового асортиментного напрямку, дати уявлення про досліджуваний феномен. Дослідження базується на вивченні фотоматеріалів з приватної збірки, де зафіксовано скульптурні вироби, що зберігалися у заводському музеї, а також – на безпосередньому огляді предметів з приватних збірок, які вперше вводяться в науковий обіг. У статті приділено увагу розгляду тематико-сюжетного діапазону скульптурних творів, проаналізовано їхні художні особливості, описано їхнє маркування. У довідниковому апараті представлено біографічні відомості про майстрів – авторів виробів, доповнено загально відому інформацію про їх творчий доробок. **Наукова новизна роботи** полягає у виокремленні недослідженої лакуни в історії діяльності підприємства – виготовлення малої пластики, в узагальненні основних етапів її виробництва та даних про її асортимент, в уточненні фактичних даних про творчий спадок її авторів та у введенні нових предметів малої пластики до наукового обігу. **У висновках** зроблено акцент на актуальності збирання матеріальних свідчень про випуск малої пластики на ДФЗ, їхній фіксації та систематизації, адже зі складною суспільно-політичною ситуацією, що склалася 2014 року на сході країни, коли ця територія опинилася в зоні військових дій АТО та під загрозою фізичного знищення, підприємство припинило своє функціонування.

Ключові слова: Дружківка, Дружківський фарфоровий завод, фарфор, мала пластика, скульптура, Сергій Федяєв, Ніна Василенко, Катерина Баннікова.