

УДК 069:[378:7](477)

*ПЕТРО КУЗЕНКО, кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри образотворчого і декоративно-
прикладного мистецтва та реставрації, Навчально-
науковий Інститут мистецтв ДВНЗ "Прикарпатський
національний університет імені Василя Стефаника"
ORCID iD 0000-0003-4384-7650
kuzenko_14@i.ua*

ОЗНАЙОМЛЕННЯ З МУЗЕЙНО-ГАЛЕРЕЙНОЮ СПРАВОЮ ТА ОРГАНІЗАЦІЮ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МИТЦІВ

*PETRO KUZENKO, Candidate of Art History, Associate
Professor Department of Fine and Decorative Arts and
Restoration Educational and Scientific Institute of Arts,
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*

ACQUAINTANCE WITH MUSEUM AND GALLERY BUSINESS AND ORGANISATION OF EXHIBITION ACTIVITIES AS AN IMPORTANT COMPONENT OF PRE-SERVICE ARTISTS PROFESSIONAL TRAINING

У статті розглянуто основні аспекти музейно-галерейної справи та виставкової діяльності як важливої складової професійної підготовки майбутніх митців. Акцентується, що завдяки вивченню дисципліни "Музейно-галерейна справа та виставкова діяльність" студенти спеціальності "Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ознайомлюються з історією музейної справи в Україні та світовому контексті; змістом та основними напрямками музейної роботи; історією галерейної справи в контексті розвитку художнього ринку; структурою та напрямками діяльності сучасних художніх галерей; методикою організації виставок, арт-менеджментом та кураторством виставок. Доведено, що у результаті цього реалізуються важливі завдання освітньої програми, які забезпечують професійну підготовку творчих і обізнаних у артменеджменті, конкурентоспроможних на сучасному ринку праці митців.

Ключові слова: музей, галерея,

виставкова діяльність, художник, куратор виставки, арт-менеджер.

Summary. The article highlights the main aspects of the museum and gallery business and organisation of exhibition activities as an important component of pre-service artists professional training. It is emphasized that due to the study of the discipline "Museum and Gallery Business and Exhibition Activities" students majoring in "Fine Arts, Decorative Arts, Restoration" of the first (bachelor's) level of higher education get acquainted with the history of museum work in Ukraine and in the world context; the content and the main directions of museum work; the history of gallery business in the context of the development of the art market; the structure and activities of modern art galleries, the methods of organisation of exhibitions, art management and curation of exhibitions. As a result, important educational tasks, which provide professional training of creative and knowledgeable in art management, competitive in the modern labor market artists, are realized.

Key words: museum, gallery, exhibition activity, artist, exhibition curator, art manager

Мета: розкрити теоретико-методологічні аспекти ознайомлення майбутніх митців з музейно-галерейною справою та організацією виставкової діяльності як важливою складовою професійної підготовки майбутніх митців.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Творчість кожного митця-художника нерозривно пов'язана з організацією виставкової діяльності, функціонуванням музеїв та художніх галерей. Це мистецьке середовище є важливим джерелом інформації для митців, а також створює можливості для реалізації їхніх творчих проєктів, популяризації своєї творчості та місцезнаходження себе на сучасному ринку праці. Як свідчить практика, чимало митців стає успішними галеристами, працівниками музеїв; ведуть активну виставкову діяльність.

Ознайомлення студентів спеціальності "Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація" із зазначеними вище напрямками роботи в соціокультурній сфері забезпечує вивчення дисципліни "Музейно-галерейна справа та виставкова діяльність". Вона спрямо-

вана на ознайомлення студентів з історією музейної справи у світі та Україні; науково-фондовою та культурно-освітньою діяльністю музеїв; становленням галерейної справи в контексті розвитку художнього ринку; структурою галерей та основними напрямками їх діяльності; методикою організації виставок, а також артменеджментом і кураторством виставок, що є важливою складовою професійної підготовки майбутніх митців.

Аналіз досліджень і публікацій.

Професійна підготовка майбутніх митців у контексті аналізу художньої освіти в Україні стала предметом дослідження таких учених, як: Є. Антонович, В. Даниленко, О. Рудницька, С. Свид, В. Шпільчак та інших. Особливості регіональних осередків художньої освіти відображено у працях В. Прусака, І. Хілька, В. Цісарука, Р. Шагала та ін. (Рудницька, 2002).

Проблема організації музейно-галерейної справи та виставкової діяльності розглядається українськими і зарубіжними дослідниками в історичному (Я. Коземчук, А. Нагіряк, В. Молинь), соціокультурному (Х. Домашук, Л. Крупеніна, В. Михальчук) та економічному (М. Переверзева, Н. Павліченко) аспектах.

Особливу увагу сучасні науковці зосереджують на розвитку арт-менеджменту, визначенні функціональних обов'язків та ефективності арт-менеджерів у популяризації творів мистецтва та успішній їх реалізації на мистецькому ринку. Означена проблематика відображена в публікаціях В. Верстова, О. Пащенко "Арт-менеджмент: як просунути своє мистецтво"; Л. Крупеніна "Арт-галерея як модератор художнього середовища міста" тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення студентами спеціальності "Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти музейно-галерейної справи розпочинається з аналітичного огляду становлення та розвитку колекціонування в основні історико-культурні періоди. Визна-

чення особливостей формування колекцій у Західній Європі, формування найбільших збірок мистецьких цінностей, створення музеїв у зарубіжних країнах є важливою складовою формування когнітивного компонента професійної готовності майбутніх художників. Обізнаність з історією колекцій найкращих музеїв світу та новітніми формами музейної роботи у ХХ – початку ХХІ ст. дозволить молоді орієнтуватися у процесах еволюції музейної справи, об'єктивно оцінити сучасний стан і перспективи діяльності музейно-галерейних інституцій.

На формування аксіологічного компонента професійної готовності студентів-майбутніх митців, важливою складовою якого є усвідомлення цінності духовної культури та збереження національної культурної спадщини, безпосередньо впливає вивчення історії розвитку музейної справи в Україні. Під час занять студенти довідуються, що попередниками сучасних музеїв в Україні вважаються колекції книг, художніх виробів, картин, які були при храмах (Софійському соборі, Десятинній церкві, Києво-Печерському монастирі) Київської Русі, а впродовж ХVII–ХVIII ст. великі збірки творів мистецтва містилися у феодальних замках та маєтках (Синявських – у Бережанському замку, Яна Собеського в Жовкві, Вишневецьких – у замку у Вишнівці, К. Разумовського – у Батурині тощо).

Музеї як публічні установи на території України починають виникати у ХІХ столітті. Цьому, зокрема, сприяла інтелігенція, об'єднана навколо Київського та Харківського університетів. Окремі викладачі університетів спільно із студентами збирали українські старожитності. У другій пол. ХІХ – поч. ХХ ст. суттєву роль у розвитку музейної справи починають відігравати різні культурно-історичні товариства та небайдужі до історії українського народу промисловці. Так, неабияку роль у розвитку музейної справи ХІХ ст. відіграли родин українських промисловців Терещенків, Ханенків та багатьох інших. Завдяки їм

врятовано від неминучої втрати багато унікальних пам'яток історії та культури. Також ці українські меценати-колекціонери започаткували створення багатьох музейних колекцій (Салата, 2015, с. 75).

Великий внесок у розвиток музейної справи здійснив відомий український релігійний діяч, меценат, митрополит УГКЦ А. Шептицький. У 1905 р. він заснував у Львові "Церковний музей", що з 1911 р. отримав назву "Національний музей". Ювілейна наукова фундація галицького Митрополита Андрія Шептицького". Для цього музею він передав власну колекцію, яка складалася з 9880 предметів. Серед них були стародруки, рукописи ХV – ХVIII ст., архівні матеріали ХVI – ХVIII ст., ікони, твори графіки та живопису, предмети культового призначення. Для розміщення цих речей А. Шептицький купив у місті великий будинок. На створення музею витратив два мільйони крон і забезпечив його подальше фінансове утримання (Рутинський, 2008, с. 48).

На основі приватних колекцій художніх творів в Україні наприкінці ХІХ ст. було організовано й низку інших мистецьких музеїв, приміром, у Києві – Міський музей старовини і мистецтв (1899 р.), Харкові – перший в Україні міський художній музей (1886 р.), Одесі – Міський музей красних мистецтв (1899 р.), Феодосії – картинна галерея творів І. Айвазовського, заснована самим митцем. На початку ХХ ст. в Україні налічувалося близько 150 музеїв. Вони поступово перетворювались на багатofункціональні установи, ставали осередками культурно-просвітницького виховання населення.

Знання історії зародження музеїв як публічних установ на території України, особливостей музейного будівництва та колекціонування в Україні другої половини ХІХ – початку ХХ ст.; значення видатних меценатів української культури в розвитку музейної справи; змісту колекцій Національного художнього музею України та Національного музею у Львові дозволяють студентам пересвідчитися в давності

традицій збереження творів мистецтва в Україні та усвідомити його значення для сучасності і майбутнього збереження національної ідентичності українського народу.

У структурі професійної готовності майбутніх митців у сучасних економічних умовах важливе місце відводиться також операційно-діяльнісному компоненту, формування якого відбувається завдяки опануванню знаннями основних етапів створення виставки; особливостей підготовки обладнання для виставки та оформлення творів; специфіки лінійного, ярусного декоративного ("килимового") композиційного розміщення творів мистецтва на виставці; значення текстової частини та колористичного вирішення в оформленні виставки; різновидів сучасних віртуальних виставок.

Пріоритетну роль у сучасних умовах розвитку художнього ринку відіграє управління та організація культурно-мистецьких процесів. Важливе значення у цьому напрямі соціокультурної діяльності відводиться артменеджменту та кураторству виставок, обізнаність із специфікою функціонування яких має професійно важливе значення для сучасних фахівців у галузі мистецтва.

Артменеджмент у сфері професійного мистецтва є синтезом управління художнім процесом, організаційної та економічної діяльності. Його мета полягає у забезпеченні сприятливих умов для створення, пропаганди і поширення творів мистецтва, охорони авторських прав, досягнення позитивного фінансового результату.

Управлінську діяльність у мистецьких організаціях здійснюють арт-менеджери, до основних функцій котрих належать:

- художньо-творча – визначення концептуальної творчої (виставкової) діяльності працівника або творчого колективу, розробка іміджу проєкту, конкретного виконавця. Він повинен вміти знайти потрібного працівника, скласти з ним грамотний контакт, найняти художника, куратора і т. д.;

- проєктно-технологічна – відоб-

ражається в концептуальній розробці ідеї проєкту, його формуванні як мистецької продукції, спрямованої на розвиток художнього смаку населення, забезпечення високого естетичного відпочинку, культури спілкування.

Особливості проєкту як об'єкта управління обумовлені комплексністю завдань і робіт, чіткою орієнтацією на досягнення певних цілей і обмеженнями за часом, бюджетом, матеріальних і трудових ресурсів. Процес управління і координації проєктом називається проєктним менеджментом.

Арт-менеджер також впливає на формування громадської думки, смаки і оцінки судження населення, залучаючи його в освоєння, а можливо, пізніше, і творення культурних цінностей. Тому він повинен вирішувати і завдання пізнавального, творчого рекреаційного змісту, реалізуючи різні проєкти (*Верстова, 2020*).

- організаційно-управлінська - передбачає координацію діяльності суб'єктів проєкту; підготовка і проведення виставкової роботи, ведення переговорів, встановлення контактів з мистецькими організаціями, необхідними державними установами та окремими творчими і юридичними особами;

- маркетингова – це PR і реклама, що передбачає здійснення роботи з метою виявлення вікових та соціальних інтересів аудиторії; визначення сегментів ринку і основних споживачів художньо-творчої продукції; просування художньо-творчої продукції на ринок, організацію зв'язків із засобами масової інформації, проведення презентацій, пресконференцій, виставок, а також всіх видів необхідної реклами (афіш, буклетів тощо);

- комерційно-економічна – концептуальна розробка успішного бізнес-плану і формування бюджету, пошук інвесторів, узгодження цін та умов для здійснення продажу творчого продукту на ринку, зокрема, оренда приміщень, технічного обладнання, продаж квитків, мерчендайзинг і т. п.;

- юридично-правова – полягає

у підготовці необхідної юридичної документації, яка регулює діяльність організації, захист авторських прав і професійних інтересів авторів, виконавців та проєкту загалом (*Переверзєв, 2007, с. 43*).

Основні якості, якими повинен володіти арт-менеджер:

- уявлення, пов'язані з економікою, бізнесом, психологією, а також знання з мистецтвознавства;

- організованість: здатність робити все вчасно і правильно;

- уміння працювати з інформацією: знаходити, користуватися та поширювати інформацію з мистецтва;

- уміння спілкуватися з людьми;

- креативність, творчий підхід до реалізації професійних завдань;

- добра реакція і готовність до змін; уміння швидко пристосовуватися;

- висока загальна культура; для того, щоб робити якісні проєкти в мистецтві, необхідно розуміти загальні тенденції розвитку різних видів мистецтва, політичного, соціального та економічного життя суспільства;

- проєктне мислення: у мистецтві не буває постійного контенту, будь-яка виставка або клієнт – це завжди новий проєкт (*Верстова, 2020*).

Робота арт-менеджера має стратегічне завдання, він бачить роботу всіх членів колективу і може їх об'єднати для досягнення конкретної мети. Арт-менеджер повинен мислити великими категоріями, уміти будувати взаємини з партнерами на тривалий термін.

Студентам важливо усвідомити, що арт-менеджери повинні постійно розвиватися, систематично відвідувати виставки та відкриття виставок, ходити на лекції і мистецькі події. Це сприяє формуванню їх професійного кола. Також необхідно співпрацювати з різного рівня структурами влади, адміністраторами залів, студій, телеканалів, радіостанцій, і, звичайно, митцями.

Арт-менеджмент та кураторство виставок є важливою складовою галерейної справи. Художня галерея - це спеціальне приміщення, де збер-

ігаються та експонуються твори мистецтва. Вона скуповує, виставляє, зберігає, продає і публікує твори митців серед любителів мистецтва. Галерея також є гарантом якості продаваного твору мистецтва. Її авторитет і довіра покупців напрацьовуються багатьма роками завдяки фаховій роботі з митцями і поціновувачами мистецтва (Домашук, 2017).

Окремим напрямом роботи галерей є організація публікацій про художника, проведення з ним інтерв'ю, реклама його виставок, друк каталогів, висунення митців на присудження премій та рекомендації до участі у проєктах. Інколи в галереях художники зберігають свої твори та проводять їх реставрацію (Крупеніна, 2013, с. 151).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Навчальна дисципліна "Музейно-галерейна справа та виставкова діяльність" є важливою складовою професійної підготовки бакалаврів спеціальності "Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. У результаті її вивчення майбутні митці дізнаються про технологію формування колекцій, науководослідницьку та культурно-освітню діяльність музеїв; особливості функціонування сучасного художнього ринку та мистецьких галерей, правила організації виставок і діяльність кураторів, арт-менеджерів. Означені напрями навчальної дисципліни формуватимуть низку важливих компетентностей спеціальності, зокрема, здатність до пошуку, інформації з різних джерел; здатність здійснювати аналіз та систематизацію зібраної інформації, діагностику стану збереженості твору мистецтва, презентувати мистецькі твори у вітчизняному та міжнародно-

му контекстах.

Подальші дослідження можуть зосереджуватися на теоретико-методологічному обґрунтуванні шляхів упровадження інноваційних освітніх технологій у викладанні студентам спеціальності "Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація" навчальної дисципліни "Музейно-галерейна справа та виставкова діяльність".

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Верстова, В., Пащенко, О. (2020). Арт-менеджмент: як просунути своє мистецтво. Взято з <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/101.pdf>

Домашук, Х. С. (2017). Арт-галерея в сучасному соціокультурному просторі України. Взято з [file://C:/Users/Petro/Downloads/apitphk_2017_38_29%20\(2\).pdf](file://C:/Users/Petro/Downloads/apitphk_2017_38_29%20(2).pdf)

Крупеніна, Л. В. (2013). Арт-галерея як модератор художнього середовища міста. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*, 24 (65), 3, 150–155.

Менеджмент в сфері культури і мистецтва. (2007). Мінськ: Инфра-М.

Павліченко, Н. В. (2017). Художній ринок як культурологічний та економічний феномен. *Маркетинг*, 68, 72–75.

Салата, О. О. (2015). Основи музеєзнавства. Вінниця: ТОВ "Нілан-ЛТД".

Рудницька, О. П. (2002). Педагогіка: загальна та мистецька. Київ.

Рутинський, М. Й., Стецюк, О. В. (2008). Музеєзнавство. Київ: Знання.

REFERENCES

Verstova, V., Pashhenko, O. (2020). Art-management: how to promote your art. Retrieved from <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/101.pdf>

Domashuk, Kh.S.(2017). Art-ghalereja v suchasnomu socio-kuljturnomu prostori Ukrainy [Art gallery in the modern socio-cultural space of Ukraine]. Retrieved from [file:///C:/Users/Petro/Downloads/apitphk_2017_38_29%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Petro/Downloads/apitphk_2017_38_29%20(2).pdf)

Krupenina, L. V. (2013). Art-ghalereja jak moderator khudozhnjogho seredovyshha mista [Art gallery as a moderator of the artistic environment of the city] // *Uchenye zapysky Tavrycheskogho nacyonaljnogho unyversyteta im. V.Y. Vernadskogho Seryja "Fylosofyja. Kuljtuurologyja. Polytologyja. Socyologyja"*, 24 (65), 3. S. 150–155.

Menedzhment v sferi kuljтуры i mystectva: navch. posibnyk [Management in the field of culture and art: textbook]. (2007). Minsjk: Ynfra-M. 192 s.

Pavlichenko, N. V. (2017). Khudozhnij rynek jak kuljtuurologichnij ta ekonomichnij fenomen [Art market as a cultural and economic phenomenon]. *Magisterium*, 68, 72–75.

Salata, O. O. (2015). Osnovy muzejeznastva: navchaljno-metodychnyj posibnyk [Fundamentals of museum studies: textbook]. Vinnycja: TOV "Nilan-LTD". 164 s.

Rudnycjka, O. P. (2002). Pedagoghika: zaghaljna ta mystecjka. [Pedagogy: general and artistic: textbook] Kyiv. 270 s.

Rutynskij, M. J., Stecjuk, O. V. (2008). Muzejeznastvo: navchaljnij posibnyk. Kyiv: Znannja. 428 s.

Стаття надійшла 15.02.2021 р.