

**Цитування:**

Фесенко В. В. Артринок як чинник формування мистецького середовища України: інституційні засади та перспективи розвитку. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 3. С. 156–160.

*Фесенко Віталій Вікторович,  
аспірант Національної академії  
керівних кадрів культури і мистецтв  
<https://orcid.org/0000-0002-2967-7184>  
veta7ka@gmail.com*

Fesenko V. (2024). Art Market as a Factor in Shaping the Artistic Environment of Ukraine: Institutional Foundations and Development Prospects. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 3, 156–160 [in Ukrainian].

## **АРТРИНОК ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ МИСТЕЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Мета роботи.** Стаття присвячена впливу провідних осіб та інституцій українського артринку на формування кола найвідоміших постатей у мистецькому середовищі, панівних тенденцій у мистецькому житті країни, смаків публіки, а також зростанню впливу представників артбізнесу на діяльність державних установ у сфері культури. **Методологія роботи** ґрунтується на застосуванні методів спостереження, аналізу та узагальнення, а також структурно-функціонального методу, розглядаючи артринок та художнє середовище як тісно пов'язані суспільні явища. Застосований соціологічний підхід до мистецтва як колективної діяльності, у якій задіяні не лише художники, а велика мережа інших учасників культурного життя і артринку. **Наукова новизна** роботи полягає у дослідженні ролі місцевого артбізнесу у формуванні структури сучасного мистецького середовища України. Вперше було висвітлено питання, наскільки визначальним є вплив учасників українського артринку (передусім – артдилерів, колекціонерів і пов'язаних з ними інституцій) на формування в українському мистецькому середовищі певного ієрархічного ранжування художників на представників мейнстріму та решту інших, менш відомих постатей, значна частина яких перебуває, так би мовити, на периферії культурного життя; також окреслено вплив артринку на смаки публіки і діяльність державних органів у сфері культури. Досі в українському мистецтвознавчому дискурсі оминалася тема тісної взаємозалежності світу мистецтва та артринку. **Висновки.** Артринок проводить селекцію митців, які стають найвідомішими посталями в українському художньому житті та отримують можливість представляти країну на міжнародному рівні. Артринок визначає публічні смаки; найуспішніші учасники артринку (передусім – артдилери та колекціонери) прагнуть брати участь у формуванні державної культурної політики, інтегруючись у державні установи. Відповідно до світових тенденцій, приватний сектор отримуватиме дедалі більший вплив у сучасному культурному житті країни, що матиме як ряд переваг для розвитку українського артринку і мистецького життя, так і певні, потенційно можливі, мінуси.

**Ключові слова:** артринок, інфраструктура артринку, артдилери, колекціонери, мейнстрім, мистецьке середовище, сучасне мистецтво, меценатство.

*Fesenko Vitalii, Postgraduate Student, National Academy of Culture and Arts Management*

### **Art Market as a Factor in Shaping the Artistic Environment of Ukraine: Institutional Foundations and Development Prospects**

**The purpose of the article.** The article is devoted to the influence of the leading persons and institutions of the Ukrainian art market on the formation of the circle of the most famous figures in the artistic environment, the dominant trends in the artistic life of the country, the tastes of the public, as well as the growing influence of representatives of the art business on the activities of state institutions in the field of culture. **The methodology** of the work is based on the application of methods of observation, analysis and generalisation, as well as the structural-functional method, considering the art market and the artistic environment as closely related social phenomena. A sociological approach to art as a collective activity is applied, in which not only artists are involved, but a large network of other participants in cultural life and the art market. **The scientific novelty** of the work consists in the study of the role of local art business in shaping the structure of the contemporary artistic environment of Ukraine. For the first time, the question of how decisive is the influence of the participants of the Ukrainian art market (primarily – art dealers, collectors and

institutions related to them) on the formation of a certain hierarchical ranking of artists in the Ukrainian art environment on representatives of the mainstream and the rest of other, less well-known figures was highlighted, a significant part of which is, so to speak, on the periphery of cultural life; the impact of the art market on public tastes and the activities of state bodies in the field of culture is also outlined. Until now, the topic of close interdependence of the art world and the art market has been avoided in the Ukrainian art history discourse. **Conclusions.** The art market selects artists who become the most famous figures in Ukrainian artistic life and get the opportunity to represent the country at the international level. The art market shapes public tastes; the most successful participants of the art market (primarily art dealers and collectors) seek to participate in the formation of state cultural policy by integrating into state institutions. In accordance with world trends, the private sector will gain more and more influence in the modern cultural life of the country, which will have both a number of advantages for the development of the Ukrainian art market and artistic life, as well as certain, potentially possible, disadvantages.

**Keywords:** art market, art market infrastructure, art dealers, collectors, auctions, mainstream, artistic environment, contemporary art, patronage.

Актуальність теми дослідження. У сучасній українській науці бракує ґрунтовних досліджень, присвячених функціонуванню українського артринку та його впливу на мистецьке середовище. Мистецтвознавчий дискурс приділяє певну увагу соціальному або політичному контексту діяльності митців, але при цьому зазвичай оминає питання тісної взаємодії художників з визначальними представниками артринку – артдилерами та колекціонерами. Вплив артринку на художнє життя України залишається малодослідженою темою.

Аналіз досліджень і публікацій. Існує ряд робіт, присвячених становленню окремих інституцій, які утворюють інфраструктуру українського артринку. Стаття Д. Белькевича присвячена розвитку українських аукціонів з продажу предметів мистецтва [2]; К. Гончар коротко висвітлює основні етапи розвитку українських артгалерей [4]; І. Яцик здійснила огляд появи інституцій, які підтримують розвиток сучасного мистецтва [8]; А. Аветова склала перелік виставок, які стали знаковими для формування мистецького середовища України [1]; А. Луговська простежила становлення «PinchukArtCentre» як найбільшої української приватної культурної інституції [6]. Праця Г. Вишеславського «Contemporary art України – від андеграунду до мейнстріму» присвячена мистецькому руху «Нової хвилі» в Україні, у якій також побіжно розглянуто питання впливу кількох комерційних галерей та приватних фондів на виокремлення мейнстріму серед українських сучасних митців [3]. Проте праці, присвячені всебічній взаємодії артринку і мистецького середовища країни від часів Незалежності до сьогодення, поки що відсутні.

Мета дослідження. Стаття присвячена основним інституціям, які утворюють інфраструктуру українського артринку, їхньому визначальному впливу на мистецьке середовище країни, а також зростанню участі

представників артбізнесу у діяльності державних культурних установ.

Виклад основного матеріалу. Просте визначення артринку – це фізичне або віртуальне місце, де здійснюється купівля і продаж образотворчого (візуального) мистецтва [11]. Основними інституціями, які утворюють інфраструктуру розвиненого артринку, є: артгалереї (або, узагальнено, артдилери); аукціонні дома; державні установи, які регулюють діяльність на артринку; культурні інституції (артцентри, музеї), які сприяють просуванню художників; спеціалізовані інвестиційні артфонди; артярмарки. В Україні після пандемії та повномасштабного вторгнення артярмарки практично відсутні, а діяльність інвестиційних артфондів поки що не розвинена. В цілому, для функціонування артринку достатньо наявності відчужуваного предмета мистецтва, продавця (артдилера, аукціону або самого художника) і покупця.

Відомий американський соціолог Говард Бекер у своїй праці «Світи мистецтва» ще на початку 1980-х рр. показав, що мистецтво – це колективна діяльність, у якій задіяно багато сторін, а художники покладаються на певні конвенційні правила, які регулюють їхню творчу роботу та взаємодію із соціумом [10, 29]. Незалежно від свого бажання, художники все ж таки залежать від експертів та інституцій, які дають оцінку їхній роботі, реалізують їхні результати роботи на ринку, демонструють публіці, від державних установ і законодавства, від поведінки споживачів (колекціонерів, глядачів).

Найважливішими учасниками артринку є артдилери (галеристи), аукціонні дома та колекціонери. Артдилери, які працюють на первинному ринку і вперше продають нові роботи художників, несуть основну відповідальність за формування репутації митців. Від маркетингових заходів, які здійснює артдилер (виставки, публікації,

участь у артярмарках, робота з пресою і колекціонерами) залежить, наскільки художник стане відомим і користуватиметься попитом. Значний вплив на статус митця чинять колекціонери: поява твору мистецтва у колекції відомої особи підвищує авторитет і популярність художника. Найвпливовіші колекціонери створюють власні фонди, приватні музеї і мистецькі центри.

Канадський економіст Дон Томпсон запропонував умовно поділяти усіх учасників артринку (артдилерів, аукціонні доми, артярмарки, колекціонерів та художників) на три категорії: брендкових (найвідоміших і найдорожчих у світі); мейнстримних (відомих на місцевому рівні та певною мірою на міжнародному); локальних (місцевих, які за кордоном практично невідомі і помітного впливу на місцевий артринок та культурне життя теж не справляють) [12, 9–18]. Українські артдилери та колекціонери, які мають ресурси і репутацію, формують мейнстрим художнього життя країни (англ. mainstream – головна течія): вони обирають для співпраці коло митців, які отримають найбільшу впізнаваність серед публіки і ринковий попит.

Інституційний розвиток артринку в Україні почався наприкінці 1980-х рр., коли з'явилися перші приватні галереї [4, 4]. У 1987 р. була заснована галерея «Совіарт» у Києві на Андріївському узвозі, наступного року також у Києві з'явилася галерея «Триптих арт». Розвиток артбізнесу в Україні був тісно пов'язаний із середовищем художників «Нової хвилі», які у 1980-1990-х рр. відійшли від соцреалістичного канону і почали працювати у різних стилістичних течіях (абстракціонізм, експресіонізм, поп-арт, сюрреалізм та ін.). Серед кількох сотень митців «Нової хвилі» з усіх областей України найвідомішими стали представники кількох неформальних творчих об'єднань, переважно з Києва та Одеси. Це передусім учасники київського сквоту «Паркомуна» (Ілля Чичкан, Арсен Савадов, Олександр Гнилицький та ін.); іншого сквоту з вул. Великої Житомирської під назвою «БЖ-АРТ» (Владислав Шерешевський, Андрій Блудов, Максим Мамсіков та ін.); об'єднання «Живописний заповідник» (Анатолій Криволап, Олександр Животков, Олександр Бабак, Марко Гейко); одеський осередок «Нової хвилі» на чолі з Олександром Ройтбурдом.

Успіху цих художників сприяла не лише індивідуальна художня манера, а і їхнє оточення, галереї, мистецтвознавці.

Популярності художників з об'єднання «БЖ-АРТ» та «Живописного заповідника» у 1990-х рр. посприяли українські галереї «Триптих Арт», «Ательє Карась» (зараз – «Карась Галерея»), а також відомий мистецтвознавець Едуард Димшиць, який керував колекцією мистецтва «Градобанку» [5]. У 1995 р. за підтримки банку (який у 2000 р. збанкрутував) була організована знакова виставка «Живописний заповідник» в Українському Домі [1, 46].

Одними з найвпливовіших у 1990-х рр. були київська галерея «УКВ» (працювала у 1991-1993 рр.) та приватний Музей сучасного мистецтва фірми «Тірс» в Одесі (існував протягом 1990-1999 рр.) [3, 120]. Серед головних експертів галереї «УКВ» був куратор і мистецтвознавець Олександр Соловійов. Галерея обрала для співпраці художників з об'єднань «Паркомуна» та «Живописний заповідник», активно взаємодіяла з пресою [3, 121]. Згодом, у 2000-х рр., О. Соловійов підібрав для колекції Фонду Віктора Пінчука значну кількість робіт колишніх учасників «Паркомуні» [6, 31].

За словами Д. Белькевича, у 1990-х рр., коли в країні ще не проводилася підготовка артменеджерів, власники артгалерей самі виконували багато функцій: здійснювали на власний розсуд оцінку творів мистецтва, підбирали колекції, часто рекомендували тих художників, з якими галеристів пов'язували персональні стосунки, брали на себе завдання виховання смаків публіки [2, 55].

Музей сучасного мистецтва фірми «Тірс» в Одесі влаштовував виставки, кураторські екскурсії і лекції. Провідну роль у цьому осередку відіграли Михайло Рашковецький і Олександр Ройтбурд, які згодом розірвали стосунки з «Тірсом» і заснували об'єднання «Нове мистецтво» [3, 123]. Художників з «Паркомуні» та «Нового мистецтва» почав підтримувати новостворений в Україні Центр сучасного мистецтва Сороса (у Києві працював з 1993 до 2008 р., в Одесі – з 1996 до 2003) [3, 124]. Ця інституція найпомітніше вплинула на перетворення певного кола митців на мейнстрим українського мистецтва.

Серед молодого покоління художників у 2000-х рр. помітне місце посіли учасники групи «Р. Е. П.»: Жанна Кадирова, Нікіта Кадан, Леся Хоменко та ін. Популярність вони отримали завдяки своїй активній участі у подіях Помаранчевої революції у 2004 р. та сприянню ЦСМ Сороса, де того ж року пройшла їхня перша виставка «Революційний експериментальний простір». Згодом

художники отримали інституційну підтримку «PinchukArtCentre» і неодноразово ставали переможцями премії «PinchukArtCentre Prize», яка надає перспективи для подальшого розвитку молодих митців [6, 33-34]. «PinchukArtCentre» став найвпливовішою приватною культурною інституцією, яка мала можливість кілька разів представляти національний український павільйон на Венеційській бієнале. Зараз артцентр є постійним учасником її паралельної програми. Інституція має ресурси, щоб здійснювати масштабніші проекти, ніж це можуть дозволити куратори і учасники національного українського павільйону.

Нові артгалереї, які з'явилися після 2000-х рр., почали активніше працювати за кордоном, ніж галеристи початку 90-х: брати участь в артярмарках, сприяти появі робіт своїх художників на відомих аукціонах. Як можна помітити, багато нових галерей продовжили роботу з митцями, які вже здобули репутацію у 90-х або на початку 2000-х рр. Наприклад, «VoloshynGallery» представляє кількох учасників групи «Р. Е. П.», а також працює з відомою художницею Владою Ралко. Інший успішний артдилер, Ігор Абрамович, наприкінці 2000-х почав співпрацювати з Анатолієм Криволапом, Олегом Тістолом, іншими живописцями і скульпторами [9]. І. Абрамович робить відомих українських художників ще відомішими завдяки якісним публікаціям: артдилер ініціював створення кількатомних видань (наприклад, останнє з них – «30 років присутності»), був автором ідеї і керівником праць Галини Скляренко «Нова українська скульптура» і «Українські художники: з відлиги до Незалежності». Артдилер працює з Інститутом проблем сучасного мистецтва (ІПСМ), який у 2001 р. став першою державною установою, яка займається дослідженням сучасного мистецтва [8]. З ІПСМ також співпрацюють інші галеристи і колекціонери (наприклад С. Бенямінова, І. Воронов та ін.).

В Україні основна інфраструктура артринку (найвідоміші галереї, кілька аукціонів, великих артцентрів) зосереджена у Києві, тому й провідне місце у своєрідній ієрархії посіли переважно ті художники, які представлені київськими комерційними і некомерційними культурними установами. Харківська школа або митці зі Львова досить відомі, але не настільки медійні, як київське коло. Художники з решти областей часто залишаються на периферії і не отримують такого ж висвітлення своєї роботи у ЗМІ.

Українські колекціонери, як і їхні іноземні колеги, добре розуміють, що їхня діяльність значною мірою визначає успіх художників та вигляд історії мистецтва. Наприклад, на сайті «Українського клубу колекціонерів сучасного мистецтва» розміщене звернення до тих, хто бажає стати учасником клубу: «Роблячи вибір сьогодні, ми проводимо своєрідну селекцію сучасного мистецтва, вибираючи, кого залишити в історії, пам'яті, колекції» [7].

В українському артсередовищі протягом років неодноразово згадувалося про необхідність законодавства про меценатство у сфері культури, яке б забезпечило економічні стимули для колекціонування. Таким чином, артринку може впливати не лише на сферу культури, а й на податкову політику. У деяких країнах світу діють вагомні пільги для меценатів, які дозволяють їм зменшувати базу оподаткування на вартість предметів мистецтва, подарованих музеям чи позичених для публічного показу (яскравим прикладом є США). В Україні досі триває розробка подібного закону. Його прийняття могло б стимулювати вихід певної частини артринку з тіні, зростанню продажів мистецтва, зокрема на публічних аукціонах. В обмін на податкові пільги колекціонери сприяли б появі нових експонатів в українських музеях. Державна підтримка для меценатів і артбізнесу позитивно вплине передусім на продажі найдорожчих творів мистецтва, оскільки метою меценатів буде максимальне зменшення оподаткування. Невеликі артгалереї і митці, чії роботи продаються у нижчому ціновому діапазоні, помітного впливу можуть не відчувати.

Висновки. На мистецьке середовище України, як і в інших країнах світу, мають вплив важливі учасники артринку. «Перший ешелон» українських сучасних художників сформувався значною мірою завдяки певним артдилерам, колекціонерам, інституційній підтримці приватних фондів, завдяки діяльності кураторів та мистецтвознавців. Найуспішніші артдилери і колекціонери можуть брати участь у роботі державних установ, впливати на культурну політику і публічні смаки. Надання колекціонерам-меценатам податкових пільг, за зразком іноземного законодавства, в цілому позитивно посприяло б розвитку українського артринку, оновленню музейних експозицій, але, імовірно, принесе найбільші переваги лише тим, хто займається продажем і придбанням найдорожчих творів мистецтва.

*Література*

1. Аветова А. Виставки, що сформували обличчя українського мистецтва. *Арткурсив*. 2021. № 6 С. 46-47. Інститут проблем сучасного мистецтва : веб-сайт. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> (дата звернення: 25.09.2023).
2. Белькевич Д. Українське публічне: 30 років аукціонного життя сучасного мистецтва. *Арткурсив*. 2021. № 6 С. 54-57. Інститут проблем сучасного мистецтва : веб-сайт. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> (дата звернення: 25.09.2023).
3. Вишеславський Г. Contemporary art України – від андеграунду до мейнстріму. Київ : Ін-т проблем сучас. мистец. НАМ України, 2020. 256 с.
4. Гончар К. Галерейна справа в Україні: як все починалось. *Арткурсив*. 2021. № 6 С. 4-5. Інститут проблем сучасного мистецтва : веб-сайт. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> (дата звернення: 25.09.2023).
5. Димшиць Едуард Олександрович. *Ромен. Літературно-історичний альманах* : веб-сайт. URL: <https://romen-sula.org/dimshitsj-eduard-oleksandrovich/> (дата звернення: 25.09.2023).
6. Луговська А. PinchukArtCentre: трансформації як невід’ємна частина розвитку інституції сучасного мистецтва. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип 35. Том 3. С. 29-36. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-3-4>.
7. Стати членом клубу. *Український клуб колекціонерів сучасного мистецтва* : веб-сайт. URL: <https://artcollectors.ua/membership/> (дата звернення: 25.09.2023).
8. Яцик І. Інституційна система сучасного мистецтва в Україні. Короткий нарис довгого шляху. *Арткурсив*. 2021. № 6 С. 12-13. Інститут проблем сучасного мистецтва : веб-сайт. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> (дата звернення: 25.09.2023).
9. Abramovych.art. *Abramovych.art*: веб-сайт. URL: <https://abramovych.art> (дата звернення: 18.01.2024).
10. Becker H. S.. Art Worlds and Collective Activity. *Art Worlds. 25th Anniversary Edition Updated and Expanded*. Berkeley : University of California Press, 2008. P. 13-39. Massachusetts Institute of Technology : веб-сайт. URL: <https://web.mit.edu/uricchio/Public/Documents/Becker%20-%20Art%20Worlds%20.pdf>.
11. Howard J. R. Art market. *Encyclopedia Britannica*. 16 Aug. 2023. *Britannica* : веб-сайт. URL: <https://www.britannica.com/money/topic/art-market> (дата звернення: 25.09.2023).

12. Thompson D. The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art. New York : PalgraveMacmillan. 2008. 272 p.

*References*

1. Avetova, A. (2021). Exhibitions that Shaped the Face of Ukrainian Art. *Artcourse*, 6, 46–47. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> [in Ukrainian].
2. Belkevych, D. (2021). Ukrainian Public: 30 Years of Auction Life of Contemporary Art. *Artcourse*, 6, 54–57. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> [in Ukrainian].
3. Vysheslavskiy, H. (2020). Contemporary Art of Ukraine – from Underground to Mainstream. Kyiv [in Ukrainian].
4. Honchar, K. (2021). Gallery Business in Ukraine: How it all Started. *Artcourse*, 6, 4–5. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> [in Ukrainian].
5. Dymshyts Eduard Oleksandrovych. *Romen*. (n.d.). Literary and historical almanac. URL: <https://romen-sula.org/dimshitsj-eduard-oleksandrovich/> [in Ukrainian].
6. Luhovska, A. (2021). PinchukArtCentre: Transformations as an Integral Part of Development of Contemporary Art Institution. *Topical Issues of the Humanities*, 35 (3), 29–36. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-3-4> [in Ukrainian].
7. Become a Member of the Club. (n.d.). Ukrainian Club of Contemporary Art Collectors. URL: <https://artcollectors.ua/membership> [in Ukrainian].
8. Yatsyk, I. (2021) Institutional System of Contemporary Art in Ukraine. A Brief Outline of a Long Way. *Artcourse*, 6, 12–13. URL: <http://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/Artkursyv-2021-06.pdf> [in Ukrainian].
9. Abramovych.art. (n.d.). URL: <https://abramovych.art> [in Ukrainian].
10. Becker, H. S. (2008). Art Worlds and Collective Activity. *Art Worlds. 25th Anniversary Edition Updated and Expanded*. Berkeley, 13–39. URL: <https://web.mit.edu/uricchio/Public/Documents/Becker%20-%20Art%20Worlds%20.pdf> [in English].
11. Howard, J. R. (n.d.). Art Market. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/money/topic/art-market> [in English].
12. Thompson, D. (2008). The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art. New York [in English].

*Стаття надійшла до редакції 04.07.2024  
Отримано після доопрацювання 08.08.2024  
Прийнято до друку 16.08.2024*