

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА МУЗИЧНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ  
імені П. І. ЧАЙКОВСЬКОГО**

**ПАВЛІЧЕНКО Надія Валеріївна**



**УДК 339.1:316.7(477-25)"18/20"**

**ХУДОЖНІЙ РИНОК КИЄВА  
(КІНЕЦЬ ХІХ – ПОЧАТОК ХХІ СТОЛІТЬ):  
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ТА ТИПОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

**Спеціальність 26.00.01 – Теорія та історія культури (культурологія)**

**Автореферат  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата культурології**

**Київ – 2017**

**Дисертацією є рукопис.**

Робота виконана на кафедрі культурології Національного університету «Києво-Могилянська академія» Міністерства освіти і науки України (Київ).

**Науковий керівник:** доктор філософських наук, кандидат мистецтвознавства, професор, заслужений діяч мистецтв України  
**ПЕТРОВА Ольга Миколаївна,**  
Національний університет «Києво-Могилянська академія» Міністерства освіти і науки України,  
професор кафедри культурології

**Офіційні опоненти:** доктор культурології, професор,  
заслужена артистка України  
**АНТОНЮК Валентина Геніївна,**  
Національна музична академія України  
імені П. І. Чайковського  
Міністерства культури України,  
професор кафедри сольного співу

кандидат мистецтвознавства, доцент,  
заслужений діяч мистецтв України  
**ЛИСЕНКО Людмила Олександрівна,**  
Національна академія образотворчого мистецтва і  
архітектури  
Міністерства освіти і науки України,  
доцент кафедри теорії та історії мистецтва

Захист відбудеться «28» березня 2017 року о 14.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.005.02 по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук в Національній музичній академії України імені П. І. Чайковського за адресою: 01001, м. Київ, вул. Архітектора Городецького, 1–3/11, 4-й поверх, фойє Малого залу.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського за адресою: 01001, м. Київ, вул. Архітектора Городецького, 1–3/11

Автореферат розіслано «27» лютого 2017 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради,  
кандидат мистецтвознавства



**Н. О. Швець**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Художній ринок є важливою складовою культури, його внутрішні механізми впливають на розвиток і поширення образотворчого мистецтва, якість життя митців і їхній взаємозв'язок із суспільством. Феномен художнього ринку продовжує залишатися предметом гострих наукових дискусій і вимагає теоретичного осмислення як важливої категорії культурології.

До сьогодні у вітчизняній науці не існує чітких методологічних установок щодо вивчення типології художнього ринку та його функціонування, тож розробка методик аналізу та критеріїв його оцінки є злгоденним завданням. На відміну від західноєвропейських дослідників, для яких вивчення проблем існування художнього ринку було невід'ємною частиною розвитку мистецтвознавчих наук, а для будь-якого арт-критика традиційною навичкою є обізнаність у економічній ситуації, українська наука часто уникає розмови про вплив і роль практичних економічних факторів на царину культури і мистецтва.

Культурологічне розуміння художнього ринку Києва у двох його фазах раннього капіталізму потребує комплексного підходу, що інтегрує в собі не лише соціальні та культурні аспекти, а й політико-економічні. Це зобов'язує нас значно розширити загальнокультурний контекст дослідження художнього ринку. Аналіз художнього ринку через взаємовідносини його структурних учасників дає позитивні результати. Наукове розв'язання проблем у контактах між митцем, менеджером (посередником) та споживачем мистецького продукту дозволить осмислити іманентні зв'язки сучасного українського художнього ринку з іншими проявами національної художньої культури та запропонувати ефективні прийоми вирішення його нагальних внутрішніх питань.

Таким чином, актуальність дисертаційного дослідження, з одного боку, обумовлена необхідністю теоретичного осмислення самого поняття «художній ринок» як міждисциплінарної категорії загалом та категорії культурології зокрема; а з іншого – відсутністю досліджень, де було б розглянуто структурні особливості і практичне значення художнього ринку Києва як значущої для культури системи.

**Об'єкт дослідження** – художній ринок Києва у другій половині XIX – на початку XX ст. та на межі XX – XXI ст.

**Предмет дослідження** – художній ринок Києва як феномен української культури в умовах розвитку капіталістичних відносин, автономізації культурного поля та посилення ролі приватної ініціативи у сфері культури.

**Мета дослідження** – виявити сутність феномену художнього ринку Києва у соціокультурній та мистецькій ситуації другої половини XIX – початку XX ст. та на межі XX – XXI ст. шляхом визначення його типологічних характеристик та особливостей функціонування.

Означена мета зумовила необхідність послідовного вирішення таких **завдань**:

– вивчити історію становлення поняття «художній ринок» у теоретичній думці XX – XXI ст., вивчити стан наукової розробки проблеми, опанувати джерельну та фактологічну базу дослідження;

– розробити методологічну схему дослідження художнього ринку як комплексної еkleктичної системи, що формує матеріальну основу мистецького

середовища, описати та визначити її характеристики, виявити структурних учасників цієї системи;

- виявити типологічні характеристики художнього ринку Києва в умовах раннього капіталізму та у контексті розвитку мистецького життя в Україні у досліджуваних періодах кін. XIX – поч. XX та кін. XX – поч. XXI ст.;

- виявити основні тенденції та парадигмальні зміни в українському мистецтві кін. XIX – поч. XX та кін. XX – поч. XXI ст. та їхню залежність від ситуації на сучасному їм художньому ринку, а також дослідити процеси комерціалізації творів образотворчого мистецтва на тлі нових прогресивних змін і конкуренції у мистецькому середовищі;

- дослідити діяльність учасників та учнів Рисувальної школи Миколи Івановича Мурашка (1875–1900 рр.) у контексті взаємозв'язків мистецьких та економічних чинників розвитку художнього ринку;

- обґрунтувати роль приватної ініціативи меценатів та товариств як складової частини художнього ринку та їхню роль у розвитку музейництва, мистецтвознавства, колекціонерства як головних складових художнього ринку України в другій половині XIX – на початку XX ст. на прикладі Києва;

- виявити тенденції та структурні складові сучасного художнього ринку Києва, дослідити роль особистості як учасника сучасного художнього ринку (на прикладі діяльності менеджерів, колекціонерів, меценатів, кураторів);

- провести порівняльний аналіз художнього ринку Києва у зазначених хронологічних межах через виявлення його типологічних особливостей та ситуації митця.

Виходячи з актуальності обраної дисертаційної теми, об'єкта, предмета, мети та завдань дослідження, його **новизна** полягає в тому, що в ньому вперше подано культурологічний аналіз художнього ринку Києва в періодах кін. XIX – поч. XX та кін. XX – поч. XXI ст.

**Новизна** авторських ідей дисертації розкривається у наступних положеннях:

- конкретизовано і доповнено теоретичне обґрунтування та дослідження художнього ринку як культурологічного явища;

- художній ринок Києва зазначених періодів уперше став предметом спеціального і комплексного дослідження;

- описано художній ринок Києва та способи його функціонування у формі відносин художник – посередник – споживач мистецтва як на зламі XIX – XX так і у кінці XX – початку XXI ст. (періоди ранньої капіталізації художнього ринку);

- вперше до наукового обігу введено комплекс нових фактів, пов'язаних з історією мистецького життя Києва кінця XIX ст.;

- до наукового обігу запропоновано ввести термін «*мистецький продукт*», що позначає твори образотворчого мистецтва і послуги, наділені символічною цінністю, які підлягають продажу та є товаром художнього ринку і частиною світового ринку;

- на основі широкого кола літератури та маловідомих досі архівних джерел неупереджено розглянуто розвиток художнього ринку та мистецтва в Україні (переважно у Києві) другої половини XIX – початку XX ст.;

- унаочнено конфлікт між двома поколіннями київських митців на межі ХІХ – ХХ ст. Доведено, що якісний рівень мистецтва залежав від професійного зростання молодшої генерації митців, які сформували локальну київську школу;
- уперше зроблено порівняльний аналіз мистецької ситуації Києва в періодах кін. ХІХ – поч. ХХ та кін. ХХ – поч. ХХІ ст., з'ясовано, що як і в ХІХ, так і в ХХІ ст. успіх митця, його реалізація та розвиток образотворчого мистецтва загалом, а також розвиток музейної, галерейної справи значною мірою залежать від індивідуальної підтримки меценатів;
- складено типологічну таблицю практик сучасних учасників українського художнього ринку.

Методологічний аспект у дослідженні художнього ринку характеризується багатовимірністю підходів, дослідження побудоване на міждисциплінарному інтегруванні провідних методів сучасної культурології та мистецтвознавства. Для розв'язання поставлених у роботі завдань застосовано **методи** елементарно-теоретичного і структурно-генетичного аналізу і синтезу, що дозволило простежити становлення і розвиток художнього ринку як явища. Методологічні підходи до осмислення культурно-історичного та сучасного матеріалу репрезентовані двома основними принципами: історизму та об'єктивності. Перш за все використано методи: естетико-культурологічний, мемуаристичний, біографічний та загальнонаукові – системний, міждисциплінарний, структурний, функціональний, аналітико-синтетичний. Крім того, у дисертації застосовані конкретні методи аналізу мистецького твору: тематичний, проблемний, стилістичний, аналітичний. Комплекс цих підходів охоплює всі грані зазначеного поля дослідження.

**Аналітичним матеріалом дослідження** є художній ринок як система соціокультурних та економічних зв'язків між виробниками творів образотворчого мистецтва, їхніми власниками, споживачами та посередниками, що забезпечують обмін та комунікацію всередині цієї системи.

**Теоретичну базу** дисертації склали:

- праці з філософії та культурології, у яких висвітлюється окремі аспекти теорії та історії художнього ринку Ж. Бенаму-Юе, Ж. Бодріяра, А. ван Браембюше, П. Бурдьє, О. Вільтуса, Б. Гройса, Дж. Гудвіна, К. Гудвіна, Ж. Дерріда, Р. Корбета, К. МакЕндрю, О. Меліхова, В. Михальчука, В. Мізано, А. Моля, П. О'Ніла, М. Норса, Х. Ольбріста, Д. Ормрода, Є. Робертсона, Т. Сміта, М. Суворова, Б. Тейлора, Д. Томпсона, С. Торнтон, М. Фіндлі, В. Хаматова, Дж. Харріса, Ф. Хука та ін.;
- праці з теорії економічних (у тому числі художнього) ринків Д. Белькевича, С. Брю, А. Гальчинського, Б. Денисова, П. Єщенка, К. Макконнелла, Ю. Палкіна, А. Сміта; сучасні фінансові звіти про актуальний стан світового художнього ринку: Artprice, Deloitte Art & Finance report, TEFAF та ін.;
- наукові праці із загальних проблем теорії та історії культури Н. Асеєвої, В. Віленкіна, В. Головіна, О. Дубової, Ж.-П. Креспеля, В. Лапшина, Я. Міченкова, А. Перрюшо, О. Петрової, С. Побожія, Д. Сарабьянова, Д. Северюхіна, Г. Стерніна;
- праці істориків та киевознавців О. Анісімова, Г. Галайби, М. Кальницького, В. Киркевича, В. Ковалинського, Д. Малакова, М. Рібакова, М. Терещенка, О. Юркова;

– епістолярія, нотатки та інтерв'ю діячів культури та мистецтва: І. Абрамовича, О. Бенуа, С. Беньямінової, К. Брюлова, В. Верещагіна, І. Воронова, М. Врубеля, П. Гудімова, С. Костенка, І. Крамського, М. Мурашка, І. Рєпіна, Т. Савченко, С. Світославського, С. Селезньова, І. Терещенка, П. Третьякова, В. Хаматова, Б. Ханенка.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційне дослідження виконано на кафедрі культурології Національного університету «Києво-Могилянська академія» і відповідає темі перспективного тематичного плану науково-дослідної діяльності кафедри «Теоретичні та прикладні аспекти культурологічного знання» (2014–2018 рр.). Тему дисертації затверджено на засіданні Вченої ради факультету гуманітарних наук (протокол № 6 від 31 серпня 2016 р.).

**Практичне значення** визначається тим, що викладений у дисертаційному дослідженні фактаж та висновки можуть бути взяті за основу при підготовці узагальнюючих праць (новітніх редакцій) з історії мистецтва України та практики сучасного арт-менеджменту. Науковий аналіз художнього ринку сприяє кращому розумінню його внутрішніх механізмів і може слугувати практичним підґрунтям вирішення певних проблем та розробки стратегій для його безпосередніх діячів у комерційній, виставковій, дослідницько-мистецтвознавчій практиці.

**Апробація результатів дослідження.** Дисертація обговорювалася на засіданнях кафедри культурології Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Головні ідеї та положення роботи було викладено у доповідях на наукових конференціях: щорічні наукові конференції «Актуальні проблеми теорії та історії культури («Дні науки» НаУКМА) (Київ, 2012–2016); V Науково-практична конференція «Читання пам'яті М. Ф. Біляшівського» (Київ, 2013); Міжнародна науково-практична конференція «Політика і філософія. Долі мистецтва в ХХІ столітті» (Одеса, 2014); Міжнародна науково-практична конференція «Особистість митця в культурі» (Херсон, 2016); «Ювілей НАОМА: шляхи розвитку українського мистецтвознавства (до 130-річчя від дня народження Г. Нарбута)» (Київ, 2016); Міжнародна заочна науково-теоретична конференція «Культурно-мистецькі обрії ' 2016» (Київ, 2016); Міжнародна наукова конференція «Четверті наукові читання пам'яті академіка Платона Білецького (1922–1998)» (Київ, 2016).

**Публікації.** За темою дисертації опубліковано сім одноосібних статей у фахових виданнях, затверджених МОН України, з них одна стаття у виданні, внесеному до міжнародних наукометричних баз.

**Структура дисертації.** Робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 254 сторінки, з яких основного тексту 176 сторінок. Список використаних джерел налічує 257 позицій (з них – 37 іноземними мовами).

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми дисертації, сформульовано мету і завдання, визначено об'єкт, предмет, методи проведеного дослідження,

висвітлено наукову новизну та практичне значення дослідження, наведено відомості про структуру і обсяг, а також публікації та апробацію дисертації.

У **розділі 1 «Художній ринок: історія та теорія»** розглянуто еволюцію уявлень про художній ринок, проаналізовано стан наукової розробки проблеми, описано ключові культурологічні теорії відносно художнього ринку, а також запропоновано авторську класифікацію історичної типології художнього ринку. Розділ містить два підрозділи.

У **підрозділі 1.1 «Історіографія питання та теоретична база дослідження»** простежено історію дослідження художнього ринку та унаочнено прогалини у опрацюванні даної теми у вітчизняній науці, а також продемонстровано варіативність джерельної бази дослідження.

Для сучасної американської та західноєвропейської науки дослідження художнього ринку є не лише надзвичайно популярною, але і прибутковою справою. Багато з праць, що стосуються цієї теми або описують окремі притаманні художньому ринку явища, є широковідомими не лише в наукових колах, але і серед загальної публіки, і навіть відносяться видавництвами до категорії бестселерів. У вітчизняній науці проблемам існування художнього ринку довгий час уваги практично не приділялося. Ймовірно, це пов'язано з тим, що сучасна українська школа культурології сягає корінням у часи СРСР, де вільного художнього ринку не існувало, певні теми були табуовані, ускладнювалися політико-ідеологічними обмеженнями і або штучно переосмислювалися, або трактувалися у дусі марксизму і ленінізму. Таким чином, вагомим джерелом дослідження художнього ринку Києва є епістолярія діячів культури та мистецтва, архівні матеріали, спогади і свідчення сучасників.

У **підрозділі 1.2 «Художній ринок як культурологічний та економічний феномен»** проведено теоретичне дослідження явища художнього ринку в європейській культурі в історії та у сучасності.

Запропонована теоретико-методологічна система аналізу художнього ринку через взаємовідносини між його структурними учасниками. Цільне місце у дослідженні посів саме принцип культурологічного компаративізму, що дозволяє паралельне дослідження системи митець (або мистецький продукт) – ринок – покупець.

У результаті історичної розвідки виділяємо кілька етапів розвитку художнього ринку.

*Початковий* художній ринок з'являється від стародавніх часів і існує до появи ринку у загальному економічному значенні у XIII ст. в Європі. Характеризується ставленням до митця як до ремісника, процес ціноутворення на художні послуги залежить від вартості матеріалів та складності виконання. Особа митця була відсунена на другий план.

*Розвинений* художній ринок бере свій початок для Європи у XIV ст., продовжується у час Ренесансу. Для розвиненого художнього ринку характерне як початкове самоусвідомлення особливого становища митця, так і його визнання у суспільстві. Відрізняється розвинений художній ринок самоорганізацією майстрів у цехи і гільдії, появою перших професійних продавців та консультантів.

*Класичний* художній ринок розвивається у Європі у XVII – XIX ст. Ціноутворення на мистецький продукт і його виробництво регулюється

легітимуючими інстанціями (Академії, Салони, галереї тощо), які наділені соціальним визнанням і правом визначати, що є мистецтвом і яким воно має бути, щоб вважатися цінним. Увага в першу чергу приділяється твору, а не постаті митця. З'являється професійний підхід до продажу творів мистецтва, конкуренція в середовищі митців, які виробляють мистецький продукт, і розвиток художнього ринку у контексті ринку світового. Відмічається залежність митців від наявності замовника (корони чи церкви) та мецената, а також локальний характер.

*Модерний художній ринок* бере свій початок у кінці XIX ст., зокрема пов'язаний з початком діяльності паризьких маршанів. Несе усі риси, притаманні класичному ринку, але відрізняється посиленням автономії поля виробництва мистецького продукту та самоусвідомлення митцями власної унікальності як «творців», а також посиленням міжнародних зв'язків. Права на легітимацію розподілені між кількома різними інституціями, які більш безпосередньо виражають сутність культурних виробників (академії, музеї, галереї, журнали тощо).

*Новітній або сучасний художній ринок* відрізняється повною автономією художнього поля, розвиненою «культурною індустрією» та глобалізацією. Хоча у просторі художнього ринку продовжують діяти легітимуючі інстанції ціноутворення (наприклад, аукціони і галереї), вони несуть дорадчий характер і самі є інструментами художнього ринку, крім того вони тим більш схильні відкидати вердикти канонізованих інстанцій, чим сильніше поле інтелектуального виробництва стверджує свою автономію. Вважаємо, що сучасний художній ринок є універсумом, який здобув відносну незалежність і керований за власними внутрішніми законами.

Потрібно зауважити, що розвиток художнього ринку не має лінійного характеру. Базові для нього елементи, як-от: обставини вироблення мистецького продукту, автономність (чи навпаки – залежність) художнього поля від церкви чи держави, наявність або відсутність легітимуючих інстанцій, індивідуальна роль кожного з складових учасників – усі ці елементи в сукупності визначають темпи і напрями, стратегії і успіхи, його можливі майбутні шляхи.

У розділі 2 «Мистецьке середовище та художній ринок Києва на межі XIX – початку XX ст. в умовах раннього капіталізму» виявлено соціально-культурні чинники розвитку мистецького середовища Києва вказаного періоду, проведено аналіз головних особливостей художнього ринку і його складових.

У підрозділі 2.1 «Діяльність учасників Рисувальної школи М. І. Мурашка як основа для розвитку локального київського художнього ринку» вихідним положенням є унаочнення взаємозв'язку мистецьких та економічних чинників як ключових для розуміння художнього ринку кінця XIX ст. Характеристика наявного стану мистецького середовища та його розвитку подана у зв'язку з діяльністю Київської рисувальної школи. Для з'ясування автентичних показників застосовано архівні матеріали, зокрема мемуари і листування Миколи Мурашка, Івана Селезньова, Івана Терещенка, Богдана Ханенка з Архівно-документального фонду Національного художнього музею України (НХМУ).

До середини XIX ст. у Європі монополія на художню освіту належала Академіям, приватних мистецьких шкіл було обмаль. У тій чи іншій формі предмети



мистецького циклу в кінці XIX ст. викладалися в університетах, середніх навчальних закладах – ліцеях, гімназіях, учительських і духовних училищах, спеціальних професійних училищах. Локальні мистецькі навчальні заклади на території Російської імперії змістовно і програмно підпорядковувались імператорській Петербурзькій Академії мистецтв, яка, у свою чергу, постала на хвилі штучної європеїзації Росії.

Загальновідомим є те, що в кінці XIX ст. – на початку XX ст. український культурний процес набуває нових обертів, що залежало від нових умов життя. Збільшення кількості населення та концентрація їх у містах створили модерні умови існування в межах Російської імперії. Починаючи з середини XIX ст., коли виникли більш сприятливі умови для розвитку продуктивних сил, Київ став одним з важливих центрів фабрично-заводської промисловості в європейській частині Російської імперії і вже був готовим до ролі фінансово-економічного, а згодом культурного центру. Тому існувала нагальна потреба у створенні мистецького закладу, який давав би змогу розвивати свої здібності талановитій українській молоді.

З 1875 року в Києві почала діяти єдина на той час Рисувальна школа, заснована Миколою Івановичем Мурашком. Її учнями стали згодом визначні майстри українського живопису. Відомий меценат та колекціонер Іван Миколович Терещенко протягом 25 років підтримував школу фінансово та цікавився успіхами її учнів. Постійне ділове листування та звіти, які М. Мурашко надсилав І. Терещенку упродовж двох десятиліть, відкривають цікаві обставини побуту київських митців кінця XIX ст. та дають змогу говорити про реалії художнього ринку того часу.

Ідейно та стилістично М. І. Мурашко належав до старшого покоління художників, творчість яких розвивалася під впливом панівного на той час руху передвижників (Товариства пересувних художніх виставок), проте у діяльності школи викладач значною мірою спирався на власні педагогічні погляди. Завдяки Рисувальній школі здійснюється активна консолідація молодих мистецьких сил, чия творчість виростає в різноманітне і цікаве художнє явище.

Безумовно позитивними результатами діяльності школи були, перш за все, залучення меценатів до художніх процесів Києва, популяризація мистецтва серед міської публіки, співпраця з провідними художниками того часу, спроба проведення перших виставок. Але ще не йшлося про самостійну діяльність чи організацію незалежних мистецьких проєктів.

У підрозділі 2.2 **«Процес комерціалізації образотворчого мистецтва, конкуренція в мистецькому середовищі та стилістичні зміни у мистецтві Києва кінця XIX – початку XX століття»** описано, як саме процес «споживання» мистецьких творів впливав на розвиток та творчість як окремих художників, так і київської школи загалом.

Характеризуючи образотворче мистецтво Києва другої половини XIX – початку XX ст. з точки зору пануючих стилів та напрямків, відмічаємо певні етапи його розвитку.

Випускники школи раннього періоду (1875 – 85 рр.) переважно належали до покоління українського малярства, яке наслідувало традиції ТПХВ. Цей період відрізняється реалізмом «передвижництва» з відчутним впливом академічного

живопису (поєднання, характерне для школи Миколи Мурашка в цілому і для творчості старших вихованців) та послідовний реалізм С. І. Світославського. Проявлялося це, перш за все, у естетичних ідеалах, що проголошували реалізм основним художнім засобом, а буденність – головною категорією краси.

Починаючи з кінця 1880-х років у мистецький процес входить нове покоління художників, вихованці Київської рисувальної школи М. Мурашка, зокрема Г. Дядченко, Ф. Красицький, К. Крижицький, С. Костенко, І. Селезньов, а також М. Пимоненко та О. Мурашко. Молоді художники, що спостерігали європейські мистецькі досягнення та зацікавлені у новому мистецтві потужних колекціонерів і меценатів Російської імперії, прагнули творчих пошуків. Цей період характеризується реалізмом, живописні та образні можливості якого збагачені зверненням до модерну та імпресіонізму (творчість О. Мурашка, ранній період творчості Ф. Кричевського, А. Маневича, М. Бурачека, молодшої плеяди учнів школи М. Мурашка) і національний варіант модерну (зокрема у Ф. Шавріна). Молоді митці хотіли розвиватися і мати повну незалежність у виборі тем і сюжетів для своїх творів. Старше покоління художників, виховане на ідеалах передвижництва і прихильне до послідовного реалізму, вороже ставилося до всього нового і прогресивного в мистецтві, зокрема до появи імпресіоністичних ознак.

Конкуренція у середовищі київських митців особливо поглиблюється у 1890-х роках. Зокрема, через персональний конфлікт з М. Мурашком художник і педагог І. Селезньов залишає Рисувальну школу і кілька років стосунки між митцями характеризуються постійним протистоянням в професійному просторі. Взаємини між представниками старшого покоління художників, які належали до кола Товариства пересувних художніх виставок, та молоддю, що групувалася навколо І. Селезньова, організатора весняних виставок, були суперечливими. Загострення протистоянь певних груп художників всередині київської спільноти проявляється, зокрема, в упереджених рецензіях в пресі.

З одного боку такий розбрат видається загрозливим для органічного розвитку київського товариства художників, але насправді посилення конкуренції, збільшення кількості мистецьких об'єднань сприяли лише покращенню якості та стилістики художніх творів. Крім того, молоді митці, які успішно продавали свої твори не лише в Києві, а й закордоном (Мюнхен, Краків, Париж) відчували, що мистецькі «експерименти», як-от імпресіонізм чи сецесія, купують потужні російські колекціонери (П. Третьяков, С. Щукін, С. Морозов). Знаходили вони підтримку і у київських колекціонерів, зокрема у Івана Терещенка.

Наступний період відрізняє перехід до формальних пошуків модернізму, період розвитку авангардних стилів ХХ ст. (рання творчість О. Богомазова, А. Петрицького, В. Пальмова та ін.).

Отже бачимо, що в основі конфлікту молодих і старих митців Києва лежать як конкурентна, так і стилістична боротьба. Новаторство у колористичних і стилістичних рішеннях старше покоління, яке звикло до підтримки меценатів і стабільно позитивної реакції публіки, вважало формалістичним і навіть загрозливим. Натомість молодь бачила нові можливості у розвою художнього ринку Києва на конкурентних основах, що стимулювало художників до розвитку і

вдосконалення власного мистецького продукту. Діяльність молодих художників, які творчо переросли засади Рисувальної школи, характеризує художній ринок Києва того часу як динамічний і відкритий.

**Підрозділ 2.3 «Розвиток приватних ініціатив, галерейних та музейних установ та виставкова діяльність на межі XIX – початку XX століть»** присвячено опису інституцій як основоположних та важливих складових для розвитку художнього ринку Києва.

Описано європейський досвід мистецьких галерей та роботи арт-дилерів (так званих *маршанів*) та методів їхньої роботи з продажу творів мистецтва і популяризації митців. На цьому тлі продемонстровано відмінності у розвитку художнього ринку Києва. Зокрема, важливу роль у його розвитку відігравали товариства. Також відмічаємо позитивний вплив підтримки меценатами окремих художників.

Кінець XIX ст. відмічається піднесенням українського мистецтва. Відтак, уваги заслуговує подальший розгляд діяльності київських митців, пов'язаний вже не лише з приватною, але і організованою на громадському рівні ініціативою.

Прогресивні зміни у розвитку культури наприкінці XIX ст. стимулювали розширення мережі мистецьких зібрань, разом з тим еволюціонувало й розуміння ролі та значення постаті колекціонера в житті суспільства. Розвиток галерейно-виставкової діяльності Києва в кількох аспектах витікає з меценатської. Мистецькому колу були добре відомі імена промисловців і купців, насамперед, членів родин Терещенко, Ханенко, Харитоненко, які були в змозі не лише купувати картини видатних майстрів, а навіть в повному обсязі організувати проведення виставки.

Щорічні пересувні художні виставки значною мірою вплинули на те, що в Києві починають влаштовуватися виставки картин місцевих художників. Починаючи з 1877 до 1887 р. вони організовувалися дуже рідко переважно за ініціативи М. Мурашка або Є. Вжеца (1853–1917) на користь Рисувальної школи, яка відчувала нестачу в коштах. На той час у Києві не було організації, яка піклувалася про розвиток мистецтва в Києві, організацію виставок тощо. За відсутності спеціального приміщення виставки проводились в приміщенні біржової зали. З цих самих причин загальноприйнятим в цей час було надання власних домівок для відкриття художніх виставок, тимчасових галерей. Значного розвитку у цей час набуло університетське музейництво.

З розвитком виставкової діяльності, зростанням інтересу до творів місцевих художників і національного мистецтва загострюється питання про необхідність створення загальнодоступних художніх колекцій. Дослідники музейної справи відмічають, що первісна історія київських музеїв – це історія різноманітних приватних колекцій, які згодом стали безцінним внеском до державних зібрань. З'являються перші прецеденти передачі колекцій у загальнонародне користування до публічних музеїв, також на власні кошти утримувалися загальнодоступні приватні галереї.

Наростання музейного руху кінця XIX ст. продемонструвало низку проблем, що нагромаджувалися у царині музейної справи. Наявними стали: відсутність спеціального регулюючого органу; економічна нестабільність; незахищеність провінційних художніх

музеїв та приватних зібрань. Ці обставини спонукали представників інтелігенції, науковців-музейників об'єднуватися у товариства та сприяти організації публічних музеїв. До таких товариств входили переважно бізнесмени (яким дворянство було подароване, наприклад, Терещенки), військові, дрібні чиновники.

Музеї, галереї, виставкові проекти, створені за фінансовою підтримкою меценатів, впливали на соціально-культурне обличчя Києва другої половини ХІХ – початку ХХ ст., сприяли формуванню соціальної і культурної свідомості публіки, позитивно позначалися на розвитку художнього ринку.

**Підрозділ 2.4 «Ціни на твори київських художників кінця ХІХ століття»** присвячено унаочненню фактичного стану художнього ринку Києва кінця ХІХ ст. Завдяки епістолярним та архівним матеріалам вдалося продемонструвати, які саме кошти платили за твори київських митців, беручи за увагу, що гроші – це вартість (втілена праця), виражена в ринкових умовах.

До кінця ХІХ ст. у Російській імперії встановилася певна система ціноутворення на твори мистецтва. На продажну вартість, крім власне художніх достоїнств роботи, значною мірою впливала популярність автора, а також ряд технічних особливостей (формат, «складність» сюжету, ретельність мальовничого опрацювання тощо). На ціноутворенні істотно позначалася і сформована ще у ХVІІІ ст. ієрархія жанрів.

Роль мецената-колекціонера стає ключовою для розуміння процесів комерціалізації мистецтва, які відбувалися наприкінці ХІХ ст. у Києві і у всій Російській імперії. Мистецьке коло відводило інституту меценатства роль консерватора і зберігача результатів своєї творчої діяльності. Розвитку набуває попередня система поповнення домашніх зібрань: купівля картин з чергових виставок і безпосередні замовлення художникам.

Враховуючи безумовні успіхи зародження і становлення ринку художніх творів Києва, все ж визнаємо його відставання від ринку Петербургу і Москви, не говорячи вже про Західну Європу. Порівняння цінової політики художнього ринку Петербурга та Києва (за рідкісними винятками) яскраво демонструє, що положення Києва було периферійним, тому київські митці були надзвичайно залежні від схильності меценатів. Крім того, довго не існувало спеціалізованих торговельних закладів як і професійних посередників, які б мали відношення до продажу художньої продукції.

**У розділі 3 «Українські художники в умовах постмодерного художнього ринку Києва на зламі ХХ – початку ХХІ століть: відновлення перерваної традиції»** описано сучасний стан київського художнього ринку. Розділ містить два підрозділи.

Причиною столітньої паузи між досліджуваними періодами є те, що у часи СРСР ідеологічна ангажованість сфери культури загалом і мистецтва зокрема не дозволяла художньому ринку існувати і розвиватися у звичному для Європи і США ключі, тобто в умовах ринкових і капіталістичних відносин, а головне – посилення автономізації культурного поля. Тому художній ринок періоду СРСР вимагає окремого дослідження і розробки методології. Потрібно зауважити, що на момент здобуття Україною незалежності художній ринок фактично почав розвиватися з нуля.

Аналіз сучасного художнього ринку як системного явища вимагає від дослідника всебічного охоплення і критичного підходу. Зарубіжна література, присвячена цьому питанню визначає, що спочатку під цим терміном розуміли економічні операції з предметами, які мають художню цінність (твори образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва). Надалі ним послуговувалися і для означення мистецького продукту загалом або інших культурних послуг (наприклад, галерейних чи музейних).

Спрощено художній ринок розуміється як стосунки між митцями, що виробляють твори, і споживачами, які їх купують, але цим простір художнього ринку не обмежується. Основними учасниками художнього процесу виступають митці, куратори, мистецтвознавці, критики, меценати, галереї, великі групові та міжнародні виставки, музеї сучасного мистецтва, художні журнали та інші спеціалізовані періодичні видання з мистецтва. Також сюди включаємо художні аукціони, корпоративні колекції, журналістів, які ознайомлюють суспільні кола з подіями культурного життя через ЗМІ, випадкових покупців, які прикрашають інтер'єри творами мистецтва тощо.

Відтак, визначаємо сучасний художній ринок як соціально-економічний і культурно-історичний феномен і механізм, що являє собою систему товарного обігу творів мистецтва. Тобто, коли ми говоримо про художній ринок, то включаємо в його поле як культурні, так і економічні чинники. Наразі український художній ринок, що перебуває у стані динамічного становлення, є привабливим для інвестицій. Сучасні українські художники, яких майже не підтримує держава, навіть у найскрутніших умовах продовжують боротьбу за національне мистецтво, яке може і має вийти на світовий рівень. І поступово їхні роботи з'являються на міжнародних виставках і ярмарках, а зарубіжні колекціонери все частіше звертають свій погляд у бік України.

**У підрозділі 3.1 «Установи та індивідуальні діячі, пов'язані з організованим продажем творів образотворчого мистецтва» розглянуто структурні складові художнього ринку, що спрямовані на безпосередній продаж творів образотворчого мистецтва.**

Статус торговця картинами істотно змінюється у другій половині ХІХ ст., оскільки по-новому починає сприйматися роль митця. Поступово людина, що продавала твори сучасного мистецтва, усвідомила, що її місія відтак полягає в тому, щоб зробити ці твори доступними публіці. Наразі склалося кілька класичних учасників художнього ринку, чия роль полягає саме в реалізації творів мистецтва: арт-дилер, що працює безпосередньо з художником і покупцем, галерист, який тримає свого роду «магазин», а також – аукціон, що працює як з індивідуальними творами, так і колекціями на найвищому рівні.

Якісною відмінністю галерей є їх більша відкритість для загальної публіки, на відміну від арт-дилера і аукціону. Художня галерея виконує роль модератора, це свого роду експертна площадка, що відображено і у її функціях. Галерея не лише показує пульс мистецтва, акцентуючи популярні теми, напрями та модні тенденції, але й формує художні смаки суспільства, вступаючи у своєрідний діалог з усіма суб'єктами художнього ринку.

Виділяємо кілька етапів функціонування галерейної справи.

Перший період (кін. 1980-х – поч. 1990-х рр.) характеризується як час стихійного становлення галерей, позитивним результатом якого була організація системного галерейного співробітництва.

Другий період (кін. 1990-х) – це позиціонування та координація роботи галерей в Україні, яких на той час налічується вже близько 120. Галереї як культурні інституції починають вирішувати в регіонах і Києві важливі завдання інституційного, культурного і творчого розвитку. Налагоджуються механізми комунікації між митцями і публікою.

Третій період розгортання виставкової діяльності розпочався у 2000-х роках. Він вирізняється переходом до нових виставкових, інформаційних, управлінських технологій, розширенням творчих можливостей, розвитком інфраструктури. Це в свою чергу, звичайно, призводить до розширення співпраці з зарубіжними установами та іншими культурними і мистецькими інституціями. Київ в цьому ключі відігравав важливу роль у централізованій координації роботи галерей.

Історичні події у державі та на їхньому тлі політичні й економічні зміни в суспільстві впливають на розвиток сучасної української галерейної справи. Четвертий період пов'язуємо з наслідками Революції гідності (2013 – 2014 років) і спостерігаємо як сучасний. З одного боку економічна криза, а з іншого – піднесення національної самосвідомості значною мірою вплинули на те, які мистецькі заклади працюють у просторі сучасного художнього ринку Києва. Новітні умови існування вітчизняного мистецтва передбачають подальшу адаптацію до міжнародних відносин на світовому художньому ринку.

Відмічаємо, що специфічна діяльність галериста знаходиться в системі комунікаційних відносин у просторі художнього ринку між митцем, який створює деякий витвір мистецтва, установою, що презентує його публіці, і глядачем.

За останні п'ятдесят років світовий ринок предметів мистецтва кардинально змінився, а разом з ним і та роль, яку в його структурі грають аукціони. Діяльність аукціонних Домів рівня Sotheby's, Christie's чи Phillips – це живий міф нашого часу, світ обраних, які можуть одним жестом витратити мільйони доларів, купуючи твори мистецтва, які пересічний глядач бачив лише в репродукціях.

Аукціони наразі є установами, що мають найбільший вплив у регуляції фінансових взаємин художнього ринку. Проте їхнє символічне значення переважає фінансове. Безумовно, крім соціальної та економічної, аукціони грають і визначальну легітимаційну роль. Для сучасного митця продаватися на аукціоні означає не лише мати «фіксовану» ціну на власні твори, але перш за все – певну репутацію.

За останнє десятиліття в Києві діяло сім аукціонних домів, які стабільно проводили торги і мали свою спеціалізацію. Відмічаємо важливу роль аукціонів для розвитку українського художнього ринку, оскільки аукціон – установа, яка допомагає сформувати прозорий апарат цінотворення на роботі сучасних українських художників.

У підрозділі 3.2 «Мистецька стратегія учасника сучасного художнього ринку. Образ сучасного колекціонера» зроблено аналіз індивідуальної ролі учасника художнього ринку.

З часу здобуття незалежності Україна веде перманентну боротьбу за власну культуру, у тому числі – за сучасне мистецтво. Людина як духовна істота прагне оточувати себе красою. Проте, інколи ця потреба в естетичному переростає у свого роду хобі, дуже специфічне за своєю природою. У просторі мистецтва це свого розу гра між художником, який постійно шукає способу вирватися з матеріального в сферу чистого мистецтва, і колекціонером, що полює на найкращі твори і прагне вхопити хоч частинку моменту цього божественного творіння.

Виявити кризові елементи і шляхи їх подолання допоможе розгляд основних складових художнього ринку. На прикладі досвіду Стелли Беньямінової, Тетяни Савченко, Павла Гудімова, Ігоря Воронова, Ігоря Абрамовича та інших учасників сучасного художнього ринку продемонстровано, як ролі арт-дилера, галериста, куратора, колекціонера, мецената функціонують в новітніх умовах, які результати це дає для розвитку сучасного українського мистецтва. З цією метою сформована таблиця стратегій сучасного українського арт-менеджменту, яка показує типологічні особливості діяльності учасників художнього ринку.

Виявлено певні стратегії у просуванні митців, які використовують менеджери та колекціонери для капіталізації мистецького продукту. Зокрема, використання інструментів арт-банкінгу, формування і розвиток арт-фондів, залучення іноземних установ з високим легітимуючим статусом (наприклад, іноземні аукціони).

Український художній ринок – це динамічна площадка, відкрита для кожного. Не потрібно мати величезний капітал, щоб цікавитися мистецтвом, відвідувати виставки, а при нагоді – придбати твір мистецтва. Завдяки розвитку демократичних онлайн-галерей, популяризації художніх ярмарок та київських аукціонів художній ринок Києва постійно розвивається.

## ВИСНОВКИ

Образотворче мистецтво є однією з важливих складових культури, і саме воно відіграє помітну роль у збереженні національної самобутності, формуванні духовних та естетичних цінностей сучасного українського суспільства. Одночасно з тим у сьогочасному світі художня творчість є і важливим економічним чинником, а також головним поштовхом до формування і розвитку художнього ринку як унікального феномену.

Аналіз особливостей розвитку та функціонування художнього ринку Києва за умов ранніх капіталістичних відносин (кін. XIX – поч. XX та кін. XX – поч. XXI ст.) відкриває особливості існування локального мистецького простору, унаочнює можливості і у виробленні певної типології, з'ясування спільного та відмінного як у світоглядних уявленнях, так і у художній практиці, виявляє іманентні зв'язки всередині національної культури.

Теоретичне осмислення цього феномену є нагальним завданням культурологічної науки. Визначаємо *художній ринок* як *механізм взаємодії між*

виробником мистецького продукту (автором твору) або власником твору (вторинний ринок) та споживачем (покупцем твору), який відбувається за допомогою посередників за економічними законами попиту і пропозиції, тобто ціноутворення, та конкуренції у просторі певного сегменту мистецтва. Художній ринок характеризується унікальністю створеної продукції, впливом на процес ціноутворення та відносин продавець-покупець з боку соціально-культурного становища та інформаційного середовища та відповідає всім характеристикам загальноекономічних ринків.

Проте твір образотворчого мистецтва, розглянутий нами як товар, демонструє унікальні характеристики у принципі ціноутворення: його вартість значною мірою залежить не від практичного процесу виробництва, а від символічного значення, цінності, якою його наділяє митець під час акту творення. Таким чином, доцільним вважаємо використання терміну *мистецький продукт*, під яким розуміємо *твори образотворчого мистецтва, наділені символічною цінністю, які підлягають продажу та є товаром художнього ринку і частиною світового ринку*. Крім того маємо на увазі, що мистецький продукт може бути невідчужуваним (наприклад, монументальні твори) або не мати матеріального втілення (як-от перформанс), відтак включаємо у поняття «мистецький продукт» також категорію *послуги по виконанню мистецьких робіт*. Виявлено, що сучасний міжнародний ринок розглядає твори образотворчого мистецтва або мистецький продукт не лише як результат приватної художньої творчості (тобто як значущу частину культури нації), але також як інтернаціональний капітальний актив.

Завдяки обраній стратегії у дослідженні художнього ринку Києва на зламі ХІХ – ХХ і наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. вдалося продемонструвати вагомі риси процесу становлення історії і сучасності побутування українського мистецтва. Осередком мистецького життя Києва стала діяльність Рисувальної школи Миколи Мурашка (1875 – 1900). Проте, патріотичні почуття не стають на заваді критично осмислити культурно-художнє життя в Україні у досліджуваній період і визначити становище Києва наприкінці ХІХ ст. як провінційне. У Петербурзі полотна художників-академіків, а потім передвижників оцінювалися значно вище, ніж полотна київських художників. Так відмічаємо, що за твори київських майстрів однаково високого художнього рівня на виставках ТІХВ, які проводились у Києві у 1880-90-х роках колекціонери платили значно менші кошти, ніж за аналогічні в Петербурзі. Ту саму ситуацію помічаємо зараз: аналіз онлайн-галерей (Vango, Saatchi, Ogo-art тощо) показує, що аналогічні за стилем і живописним рівнем мистецькі твори на ринку США та Європи і в Україні мають суттєву різницю в ціні.

У Києві кінця ХІХ ст. з'явилася нова аристократія – вихідці з родин промисловців, які намагалися наздогнати петербурзьку знать і почали прикрашати власні нові маєтки творами мистецтва, у середовищі заможних містян поширилось колекціонування. Але, як зокрема це видно в колекціонерській діяльності старшого покоління родини Терещенків – Федора Артемійовича чи Миколи Артемійовича, вони віддавали перевагу тодішнім «класикам», купували твори І. Шишкіна, В. Полєнова, М. Крамського. Те саме, по суті, спостерігаємо, коли говоримо про сучасні інвестиції в художній ринок. У твори сучасних і прогресивних художників



українські споживачі вкладати кошти часто не ризикують – купують «мертвих художників», чії роботи на порядок дорожчі, але вже стали частиною історії, тому гарантовано збережуть цей статус.

Відмічаємо, що роль приватної ініціативи у розвитку мистецтвознавства, колекціонування та музейництва у досліджувані періоди була надзвичайно важливою, навіть більш ваговою, ніж роль держави. Саме за рахунок діяльності ентузіастів було не тільки відкрито перші публічні збірки, але і установи державні. Позитивний вплив того, що публіка мала доступ до кращих зразків мистецтва важко переоцінити. Те саме спостерігаємо і в сучасності: установи, які експонують, пропагують і роблять доступним сучасне мистецтво для загальної публіки – це частіше приватна ініціатива.

Аналіз художнього ринку кін. XIX – поч. XX та кін. XX – поч. XXI ст. як системи зв'язків між митцями, творами мистецтва та їх споживачами – глядачами, приватними колекціонерами та культурними установами, включив у себе послідовний розгляд кожного з цих аспектів і викрив суттєві проблеми, які необхідно подолати для гармонійного розвитку художнього ринку. Так, у результаті дослідження виявлено, що сучасний художній ринок Києва потребує більше кваліфікованих посередників, які забезпечують зв'язок між художником та колекціонером (галеристи, куратори, арт-дилери). Виявлено, що розвиток художнього ринку вимагає також прийняття низки відповідних законів на державному рівні, головним чином це стосується меценатства та податків при придбанні творів мистецтва.

Сьогодні інтерес як публіки, так і держави до художнього ринку поступово, але невпинно зростає, що свідчить про перспективність його дослідження. Підсумовуючи, відмітимо, що аналіз сучасного художнього ринку перебуває на перетині економіки, культурології та мистецтвознавства і потребує унікальних методів дослідження. Дана робота може слугувати базою для подальшої розвідки вітчизняного художнього ринку та його розвитку у часі.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

1. Павліченко Н. В. Арт-ринок Києва кінця XIX – початку XX століття / Надія Павліченко // Магістеріум. Культурологія. – К., 2013. – Вип. 52. – С. 71–75.
2. Павліченко Н. В. Виставкова діяльність Київської рисувальної школи 1875–1901 рр. / Надія Павліченко // Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури. – К., 2013. – Т. 140. – С. 93–97.
3. Павліченко Н. В. Незвичні виставкові проекти Києва початку XX століття / Надія Павліченко // Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури. – К., 2014. – Т. 153 – С. 81–84.
4. Павліченко Н. В. Сучасний український арт-ринок: проблеми і рішення / Надія Павліченко // Магістеріум. Культурологія. – К., 2015. – Вип. 59. – С. 57–61.
5. Павліченко Н. В. Іван Селезньов: творчий та педагогічний шлях митця у співпраці з Київською рисувальною школою / Надія Павліченко // Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури. – К., 2015. – Т. 166. – С. 59–65.

6. Pavlichenko N. Art gallery as an important part of Kyiv art market in the 1990's – 2010's / Надія Павліченко // Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури. – К., 2016. – Т. 179. – С. 42–46.

7. Павличенко Н. В. Иван из рода Терещенко: меценат, коллекционер и активный участник киевского художественного рынка конца XIX века / Павличенко Надежда Валерьевна // Международный журнал «Символ науки». – № 10-3/2016. – С. 145–149.

## АНОТАЦІЯ

**Павліченко Н. В. Художній ринок Києва (кінець XIX – початок XXI століть): особливості функціонування та типологічні характеристики.** – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата культурології за спеціальністю 26.00.01 – Теорія та історія культури (культурологія). – Національна музична академія України імені П. І. Чайковського, Міністерство культури України. Київ, 2017.

Дисертацію присвячено аналізу структурних складових та типології художнього ринку України в умовах розгортання ранніх капіталістичних відносин та посилення автономії культурного поля. До цього періоду відноситься кін. XIX – поч. XX ст., кін. XX – поч. XXI ст., оскільки у період СРСР художній ринок був повністю підпорядкований державі і вимагає окремого дослідження.

Завдяки використанню архівних джерел показано актуальний стан митецького ринку кінця XIX – початку XX ст., продемонстровано значний вплив капіталізму на розвиток окремих митців та популярності мистецьких стилів. Виявлено структурні складові сучасного українського художнього ринку у порівнянні з досвідом США та Європи у історичному розрізі. Показано типологічну характеристику цих складових та індивідуальні стратегії учасників мистецького ринку, результатом чого є популяризація та розвиток сучасних українських художників та залучення України до світових мистецьких процесів.

**Ключові слова:** художній ринок, автономізація художнього поля, продаж творів мистецтва, арт-менеджмент, художня галерея, аукціон, арт-дилер, меценат, колекціонер.

## АННОТАЦИЯ

**Павличенко Н. В. Художественный рынок Киева (конец XIX – начало XXI веков): особенности функционирования и типологические характеристики.** – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии по специальности 26.00.01 – Теория и история культуры (культурология). – Национальная музыкальная академия Украины имени П. И. Чайковского, Министерство культуры Украины. Киев, 2017.

Диссертация посвящена анализу структурных составляющих и типологии художественного рынка Украины в условиях развертывания ранних

капиталистических отношений и развития автономии культурного поля. К этому периоду относится конец XIX – начало XX века, конец XX – начало XXI века. Арт-рынок времен существования СССР требует отдельного исследования.

Предложена теоретико-методологическая система анализа художественного рынка, которая предполагает рассмотрение через взаимоотношения между его структурными участниками. Ведущее место в исследовании занял именно принцип культурологического компаративизма, что позволяет параллельное исследование системы художник (или художественный продукт) – рынок – покупатель. Благодаря выбранной стратегии в исследовании художественного рынка Киева указанных периодов удалось продемонстрировать весомые черты процесса становления истории и современности украинского искусства.

Центром художественной жизни Киева конца XIX в. была Рисовальная школа Николая Мурашко (1875 – 1900 гг.). Благодаря использованию архивных источников представлено актуальное состояние художественного рынка конца XIX – начала XX в., продемонстрировано значительное влияние капитализма на развитие отдельных художников и популярности художественных стилей. Отмечаем, что роль частной инициативы в развитии искусствоведения, коллекционирования и организации публичных музеев была чрезвычайно важной, даже более весомой, чем роль государства. Именно за счет деятельности энтузиастов были не только открыты первые публичные собрания, но и учреждения государственные, например Музей древностей и искусств (современный Национальный художественный музей Украины).

Выявлены структурные составляющие современного украинского арт-рынка по сравнению с опытом США и Европы в историческом разрезе. Так, в результате исследования обнаружено, что современный художественный рынок Киева требует больше квалифицированных посредников, которые обеспечивают связь между художником и коллекционером (галеристы, кураторы, арт-дилеры). Развитие художественного рынка требует также принятия ряда соответствующих законов на государственном уровне, главным образом это касается меценатства и налогов при приобретении произведений искусства. Показана типологическая характеристика составляющих и индивидуальные стратегии участников художественного рынка, результатом чего являются популяризация и развитие современных украинских художников, а так же приобщение Украины к мировым художественным процессам.

**Ключевые слова:** художественный рынок, автономизация художественного поля, продажа произведений искусства, арт-менеджмент, художественная галерея, аукцион, арт-дилер, меценат, коллекционер.

## SUMMARY

**Pavlichenko N. V. Kyiv art market (late 19<sup>th</sup> – early 21<sup>st</sup> centuries): functioning features and typological characteristics.** – Manuscript.

The thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Candidate of Culturology. – Specialty 26.00.01. – Theory and History of Culture (Culturology). –

The Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine, Ministry of Culture of Ukraine. Kyiv, 2017.

Dissertation is dedicated to the analysis of structural components and typology of the Ukraine art market in terms of deployment of early capitalist relations and autonomy of cultural field in late 19<sup>th</sup> – early 20<sup>th</sup> century, the end of 20<sup>th</sup> – beginning of 21<sup>st</sup> century. We bypass period of the Soviet Union, because in this stage the art market was entirely dominated by the state, and requires special research.

We propose a system of theoretical and methodological analysis of the art market, which involves analysis of the relationship between its structural participants. The leading role in the study took precisely the principle of cultural comparativism that allows the parallel investigation of the system the artist (or the artistic product) – the market – the buyer. Due to the chosen strategy significant features of the process of formation of history and modern Ukrainian art can be verified in the study of the art market in Kiev of named periods.

Drawing School founded by Mykola Murashko (1875 – 1900) was a center of Kyiv artistic life of the late 19<sup>th</sup> century. Using archival sources the current state of the art market in late 19<sup>th</sup> – early 20<sup>th</sup> century is shown; a significant impact of capitalism on the development of individual artists and artistic popular styles is demonstrated. The role of private initiative in the development of art, art collections, and organization of public museums was extremely important, even weightier than the role of the state. Due to the activity of enthusiasts were not only the first public meeting open, but also state institutions such as the Museum of Antiquities and Arts (today the National Art Museum of Ukraine) organized.

Structural component of contemporary Ukrainian art market are revealed compared with the experience of the USA and Europe in historical context. The contemporary Kyiv art market requires more qualified intermediaries who would provide the link between the artist and the collector (gallery owners, curators, art dealers). The development of the art market also requires a number of relevant laws at the state level, mainly concerned patronage and taxes on the acquisition of art works. Typological characteristics of components are shown, along with individual strategies of participants of the art market, resulting in the popularization and development of modern Ukrainian artists and the involvement of Ukraine to the world artistic processes.

**Keywords:** art market, autonomy of culture field, selling works of art, art management, art gallery, auction, art dealer, patron, collector.