МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ ТЕОРІЇ ТА ІСТОРІЇ МИСТЕЦТВА

КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ІСТОРІЇ МИСТЕЦТВА

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

освітнього рівня **«магістр»**

на тему: **«Феномен ярмарку сучасного мистецтва *Art Basel*: перспективи участі українських галерей»**

**Виконала:** студентка ІІ курсу магістратури, групи мист/бак–22, стаціонарної форми навчання, спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація», освітньо-професійної програми «Мистецтвознавство. Теорія та історія мистецтва»

ВОЙТОВИЧ НІНА ВАДИМІВНА

**Керівник:** доцент, кандидат мистецтвознавства

МАЗУР ВІКТОРІЯ ПАВЛІВНА

**Рецензент:** доцент, кандидат культурології

ЧУХРАЙ ЛЮБОВ ОЛЕКСАНДРІВНА

**Київ – 2024**

**АНОТАЦІЯ**

**Войтович Н. В. «Феномен ярмарку сучасного мистецтва Art Basel: перспективи участі українських галерей»**

**Робота на здобуття освітнього рівня «магістр» за ОНП «Мистецтвознавство. Теорія та історія мистецтва». – НАОМА, Київ, 2024.**

Актуальність дослідження зумовлена тим, що ярмарки мистецтва і, зокрема, провідний міжнародний ярмарок Art Basel, є головним чинником формування нових тенденцій у сучасному мистецтві, створення попиту на художні роботи, популяризації тих чи інших імен, а отже участь в них українських галерей та художників має не лише іміджевий, а й цілком прикладний характер для формування нових зв'язків та просування українського мистецтва на міжнародній арені. У зв'язку з цим дана стаття спрямована розкриття феномену міжнародних мистецьких ярмарків на прикладі Art Basel, виділення основних засад їхньої роботи та формування «дорожньої карти» для участі українських галерей в найвпливовіших мистецьких ярмарках світу. Провідним підходом до дослідження цієї проблеми було вивчення історії становлення ярмарку Art Basel, його поступового перетворення з виставково-торговельного майданчика на інституцію, а згодом – на культурний феномен світового масштабу, визначення ролі ярмарку у формуванні попиту на витвори мистецтва та їхній продаж, його впливу на подальшу долю митців та галерей, а також порівняння досвіду українських галерей та митців що до участі у ярмарках з їхніми іноземними колегами. У дипломній роботі представлено покроковий план, який має виконати галерея для того, щоб взяти участь у Art Basel, виявлені переваги та недоліки такої участі, розкрито принципи функціонування провідного глобального ярмарку сучасного мистецтва Art Basel, як майданчика, що об’єднує колекціонерів, арт-дилерів, галереї, художників та інших гравців світу мистецтва. Матеріали статті становлять практичну цінність для українських галерей, які розглядають можливість своєї участі в міжнародних мистецьких ярмарках.

**Ключові слова:** художня виставка, ринок мистецтва, галерея, колекціонування витворів мистецтва, українські художники, культурно-мистецький обмін.

**ANNOTATION**

**Voіtovych N. "The phenomenon of the Art Basel contemporary art fair: prospects for the participation of Ukrainian galleries"**

**Work for the obtaining of the master's degree in the specialty «Art History. Theory and History of Art» National Academy Of Fine Arts And Architecture, Kyiv, 2024.**

The relevance of the study is determined by the fact that art fairs and, in particular, the leading international fair Art Basel, are the main factor in the formation of new trends in modern art, the creation of demand for artistic works, the popularization of certain names, and therefore the participation of Ukrainian galleries and artists in them has not only image-wise, but also quite practical in nature for the formation of new ties and the promotion of Ukrainian art on the international arena. In this regard, this article is aimed at revealing the phenomenon of international art fairs on the example of Art Basel, highlighting the main principles of their work and forming a "road map" for the participation of Ukrainian galleries in the most influential art fairs in the world. The leading approach to the study of this problem was the study of the history of the formation of the Art Basel fair, its gradual transformation from an exhibition and trading platform to an institution, and later - to a cultural phenomenon of a global scale, determining the role of the fair in the formation of demand for works of art and their sale, its impact on the further fate of artists and galleries, as well as a comparison of the experience of Ukrainian galleries and artists in participating in fairs with their foreign counterparts. The thesis presents a step-by-step plan for a gallery to participate in Art Basel, identifies the advantages and disadvantages of such participation the principles of functioning of the leading global contemporary art fair Art Basel as a platform uniting collectors, art dealers, galleries, artists and other players of the art world are revealed. The materials of the article are of practical value for Ukrainian galleries considering the possibility of their participation in international art fairs.

Keywords: art exhibition, art market, gallery, collecting works of art, Ukrainian artists, cultural and artistic exchange.

**ЗМІСТ**

ВСТУП…………………………………………………………………….7

РОЗДІЛ 1. ІСТОРІОГРАФІЯ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА, МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

* 1. Історіографія дослідження………………………………………10
  2. Джерельна база дослідження……………………………………11
  3. Методологія дослідження ………………………………………12

РОЗДІЛ 2. ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЯРМАРКУ МИСТЕЦТВА *ART* *BASEL*

2.1. Основні віхи розбудови культурного феномену

*Art Basel*…………………………………………………………..……..13

2.2. *Art Basel* у 70-ті роки: передумови та драйвери успіху……………………………………………………………………..……16

2.3. *Art Basel* у 80-90-ті роки: зародження інституції, її соціальний, громадський та економічний вплив………………………………………….20

2.4. *Art Basel* у ХХI сторіччі: культурний феномен та його міжнародна експансія……………………………………………………………………….27

РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ МИСТЕЦТВА ОСТАННІХ РОКІВ У КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО ЯРМАРКУ *ART BASEL*

3.1. Аналітичний огляд ринку мистецтва………………………………39

3.2. Вивчення уподобань та поведінки колекціонерів на останніх ярмарках *Art Basel*……………………………………………...……………..46

3.3. Роль *Art Basel* та інших мистецьких ярмарків у кар’єрі митців….50

РОЗДІЛ 4. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИХОДУ ГАЛЕРЕЇ НА МІЖНАРОДНИЙ ЯРМАРОК *ART BASEL*. ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ ГАЛЕРЕЙ

4.1. «Дорожня карта» виходу на *Art Basel*……………………………...58

4.2. Українські митці на міжнародних мистецьких ярмарках………………………………………………………………………63

4.3. Перспективи участі українських галерей на міжнародних мистецьких ярмарках………………………………………………………....81

ВИСНОВКИ…………………………………………………………...…89

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……………………………….92

ДОДАТКИ………………………………………………………………102

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** *Art Basel* — провідний глобальний ярмарок сучасного мистецтва, що об’єднує колекціонерів, арт-дилерів, галереї, художників та інших гравців світу мистецтва. Ярмарки *Art Basel* у Базелі, Гонконзі, Парижі та Маямі-Біч є рушійною силою підтримки галерей, оскільки вони сприяють популяризації сучасного мистецтва та розвитку кар’єри художників, тому на цьому ярмарку прагнуть бути представленими галереї з усього світу. Являючи собою важливу платформу для культурно-мистецького обміну, комунікації, формування нових течій та напрямків в мистецтві, *Art Basel*, як організація, є важливим елементом формування концепту сучасного мистецтва та його головних тенденцій. Тому дослідження історії, становлення та розвитку *Art Basel,* його переходу до справжнього культурного феномену глобального масштабу, має не лише великий теоретичний інтерес для мистецтвознавців, а й несе цілком практичне і прикладне завдання, допомагаючи визначити та окреслити головні критерії та вимоги для участі українських галерей в найвпливовішому мистецькому ярмарку світу. У сучасній західній літературі та у відкритих джерелах існує багато інформації про *Art Basel*, але у вітчизняній літературі така інформація майже відсутня. Не існує узагальнюючого дослідження, яке б допомогло українським галереям послідовно, крок за кроком, ознайомитись з різносторонніми положеннями участі на міжнародній виставці *Art Basel*, що і зумовлює актуальність даної теми.

**Мета дослідження** полягає у визначенні головних критеріїв для участі у *Art Basel* українських галерей.

Поставлено такі **завдання**:

* проаналізувати наукові, науково-популярні та публіцистичні джерела з обраної тематики;
* дослідити історію виникнення та становлення *Art Basel*, а також проаналізувати тенденції арт-спрямування останніх років;
* скласти систему критеріїв відбору галерей на головну арену ярмарку *Art Base*l;
* визначити та описати головні положення щодо участі українських галерей у *Art Basel* та окреслити їхні перспективи. Провести інтервʼю з українськими галереями та художниками, які брали участь в ярмарках сучасного мистецтва, та проаналізувати основні аспекти участі українських галеристів в міжнародних ярмарках.

**Об’єктом дослідження** є міжнародний ярмарок сучасного мистецтва *Art Basel*.

**Предметом дослідження** є феномен міжнародного мистецького ярмарку *Art Basel* та участь у ньому міжнародних галерей, а також перспективи участі українських галеристів.

**Методи дослідження.** У дипломній роботі використано комплексний мистецтвознавчий підхід. Поставленим завданням відповідає *аналітичний* метод наукового дослідження – для вивчення джерельної бази обраної теми; *систематичний* – для опрацювання відкритих публіцистичних джерел об’єкта дослідження, статей, відео та інтерв’ю; а також методи *формального мистецтвознавчого аналізу* – для оцінки мистецького рівня пропонованого мистецтва на ярмарку *Art Basel* та визначення головних тенденцій сучасного мистецтва останніх років. *Історичний* метод допоміг розкрити феномен появи головного сучасного ярмарку мистецтва та його швидкої популярності. *Компаративний* метод застосовувався при порівнянні українських галерей з іноземними та визначення їхніх слабких та сильних сторін.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що *вперше* в українському мистецтвознавстві:

* здійснено спробу аналізу ключових факторів успіху ярмарку *Art Basel*, акцентовано на головних гравцях арт-ринку, яким вдалось стати законодавцями тенденцій сучасного мистецтва;
* з’ясовано перешкоди та негативні фактори, які заважають українським галереям вийти на головний виставковий зал *Art Basel*;
* проаналізовано основні положення вибору колекціонерами творів сучасного мистецтва на міжнародних ярмарках;
* складено «дорожну карту», тобто системну послідовність кроків виходу галереї на *Art Basel*.

**Практичне значення одержаних результатів.** Дослідження може бути використано українськими галереями в якості довідкового матеріалу для формування власної «дорожньої карти» для у *Art Basel*. Також дипломна робота може бути використана в підготовці лекцій з курсу «Колекціонування» та «Мистецтво 20-го та 21-го сторіччя».

**Структура роботи**. Диплом складається з анотації, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (78 позиції), ілюстративної частин (23 позиції). Загальний обсяг роботи – 130 с., з них основного тексту – 81 с.

**РОЗДІЛ 1. ІСТОРІОГРАФІЯ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА, МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**1.1. Історіографія дослідження**

В основу історіографії цієї роботи покладені дослідження англійською мовою, оскільки у вітчизняній літературі відсутні ґрунтовні дослідження із означеної теми.

Історіографію дослідження було проведено за допомогою офіційного щорічного видання, що публікує *Art Basel* за редакцією: Клемана Дірі (редактор), Марка Шпіглера (редактор), Гаррі Беллета (співавтор), Бронсон А. А. (співавтор), Рафаеля Чікуква (співавтор). Видання містить інформацію про виставки в Базелі, Маямі-Біч і Гонконзі, а також вміщує інтерв’ю, портфоліо, есе та особисті моменти від художників, кураторів, колекціонерів і директорів музеїв. Крім того, у том від 2020 року, який було видано на 50-ту річницю *Art Basel*, було включено «поліфонічну хронологію» [13, c. 2] – ретроспективний огляд п’яти десятиліть ярмарку, а також інтерв’ю з 25 світилами світу мистецтва, які діляться своїми думками про еволюцію світу мистецтва.

Для аналізу потенціалу платформи *Art Basel* для популяризації українського мистецтва та перетворення його на привабливий актив для колекціонерів, у межах поточної роботи потрібно було дати відповіді на питання: що впливає на попит на предмети мистецтва, які економічні та соціальні тенденції впливають на рішення та плани витрат колекціонерів, що саме приваблює європейських колекціонерів інвестувати в мистецтво інших країн? Їхня історіографія гуртувалася на аналітичних дослідженнях, зокрема, даних доктора Клер МакЕндрю з *Arts Economics*, яка є автором щорічного звіту аналізу ринку *The Art Market*, що готується головними редакторами організації *Art Basel* спільно зі своїм провідним партнером, швейцарським банком *UBS*. На сьогоднішній день *Arts Economics* співпрацює з мережею приватних консультантів і науковців, які проводять дослідження та аналіз ринку мистецтва для глобальної клієнтської бази [30]. Видання доступне для будь-кого і є можливим для безкоштовного завантаження у форматі *PDF*.

Цей звіт прагне підвищити прозорість арт-ринку, а обрані для нього дослідження включають, зокрема, опитування колекціонерів щодо їхньої поведінки, інтересів, оточення, взаємодії з художниками, галереями, установами, тенденцій у витратах тощо. Підбірка цих щорічних звітів є важливим історіографічним джерелом, адже за її допомогою можна проаналізувати динаміку формування попиту на ринку мистецтва, виділити основні тенденції та зробити прогностичні висновки щодо привабливості того чи іншого мистецького об’єкту.

Варто зазначити, що автор звіту доктор Клер МакЕндрю має високий авторитет у мистецькому середовищі, як провідний економіст у галузі культури, що спеціалізується на ринках мистецтва, антикваріату та колекціонування. У 2002 році Клер у якості головного економіста приєдналася до *Kusin & Company* – провідної американської інвестиційної банківської компанії, що спеціалізується на інвестиціях у мистецтво. Після трьох років у США вона повернулася до Європи і в 2005 році заснувала *Arts Economics,*  продовжуючи свою діяльність на арт-ринку в якості дослідника, експерта та приватного консультанта.

Окремими важливими матеріалами для історіографії дослідження стали архівні матеріали таких видань, як «*The Art Newspaper*», «*Artinside*», «*Monopol*», «*Le quotidien de l’art*», «*The Collectors Chronicle*», які виходять англійською, французькою та німецькою мовами та висвітлюють останні новини світу мистецтва, містять інтерв’ю з художниками та колекціонерами.

**1.2. Джерельна база дослідження**

Джерельну базу дослідження становлять матеріали міжнародного мистецького ярмарку *Art Basel*. Вона ґрунтується на джерелах, які були згадані вище, а також на матеріалах з відкритим доступом, представлених на офіційній сторінці ярмарку *Art Basel*, зокрема *Conversations, Stories, Podcasts, Videos, Artictles*.

Пошук та аналіз вітчизняних джерел з теми даного дослідження привів до висновку, що наразі в Україні відсутні ґрунтовні та узагальнюючі дослідження самого явища арт-ярмарків, а наукова інформація та монографічні дослідження щодо феномену *Art Basel* в світі відсутні. Поточна робота, присвячена дослідженню феномену міжнародного ярмарку *Art Basel* та можливості участі в ньому українських галерей, має заповнити цю прогалину.

**1.3. Методологія дослідження**

Для здійснення даного дослідження, були використані систематичний, аналітичний, історичний, статистичний, компаративний та формальний мистецтвознавчий метод.

**РОЗДІЛ 2. ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЯРМАРКУ МИСТЕЦТВА *ART* *BASEL***

**2.1. Основні віхи розбудови культурного феномену *Art Basel***

Географічне положення швейцарського міста Базель спонукало в ньому розвиток торговельних та культурних зв’язків. Розташований на перетині трьох країн (Швейцарії, Франції та Німеччини), Базель став ідеальним центром для мистецтва. Ще в 1661 році в цьому швейцарському місті було засновано перший публічний арт музей – *Kunstmuseum Basel*, а громадяни Базеля були великими поціновувачами мистецтва і за рахунок власних коштів поповнювали колекцію музею [13, c. 4]. 54 роки тому в цьому місті розпочався фестиваль *Art Basel*.

Міжнародний ярмарок *Art Basel* був заснований в 1970 році швейцарськими галеристами Ернстом Бейєлером, Трудл Брукнер і Бальцом Гілтом [35]. До цієї ідеї їх підштовхнув запуск *Art Cologne*, який відбувся у 1967 році в місті Кельн (Німеччині). Трудл Брукнер, галеристка, яка зосередилася на Базелі та його художниках, працювала з колекціонерами цього регіону. Саме вона перша надихнулась ідеєю Кельнської міжнародної виставки мистецтва і вирішила, що її батьківщина також повинна спробувати об’єднати галеристів з усього світу. Разом із колегою-галеристом із Базеля Бальцом Гілтом вона переконала приєднатися до проекту ключового партнера – Ернста Бейєлера, який на той час був відомим швейцарським галеристом та вважався одним із провідних арт-дилерів у світі. Ернст Бейєлер мав близькі стосунки з такими художниками як Пабло Пікассо, Генрі Матіс та Олександр Колдер, а його галерея відіграла важливу роль у просуванні ідеї створення міжнародної платформи для продажу мистецтва [15].

За словами Марка Шпіглера, автора щорічного видання про *Art Basel*, навіть після п’ятдесяти років існування цього ярмарку, заслуги та внесок його ярмарку все ще очевидні. З одного боку, його вперше задумали галеристи, і сьогодні він продовжує формуватися в тісній співпраці з широким колом галеристів — людей, які розуміють, як має розвиватися мистецтво, коли світ навколо нас змінюється [13, c. 4]. У той же час ярмарок завжди мав певні міжнародні амбіції, які привніс Ернст Бейєлер, тобто його масштаби постійно розширювалися до нових географічних горизонтів, нових видів мистецтва та нових способів роботи з галереями. Зараз *Art Basel* поширився на 3 континенти і має свої центри, окрім міста Базель (Швейцарія), в Парижі (Франція), ще в Маямі (США), в Гонконзі (Китай).

Вже перший ярмарок *Art Basel*, що була проведена в 1970 р., продемонструвала вражаючу експозицію, в який були представлені роботи тогочасних зірок сучасного мистецтва, зокрема Пікассо і Шагала. Сам ярмарок проходив в *Swiss Hotel*, і на ньому були присутні відомі художники, такі як Генрі Мур, Роберт Раушенберг та Гілберт і Джордж. Про ярмарок навіть написало таке авторитетне видання, як *New York Times* [15].

Після перших років роботи ярмарка, такі відомі американські дилери, як Сідней Яніс та Лео Кастеллі зрозуміли, що *Art Basel* має потенціал і приваблює зовнішні ринки, незважаючи на рецесію, що почалася в економіці США. У 1974 році в рамках своєї ініціативи підтримати ярмарок молодих художників, *Art Basel* представив новий трендовий сектор, який був спрямований на заохочення молодих талантів. 50 галерей, включаючи такі відомі імена як Лео Кастеллі з Нью-Йорка, Ілеана Соннабенд з Парижа, Жан Ензо Спероне з Турина та Рене Зіглер з Цюріха, брали участь у новому секторі ярмарка [15].

До 1975 року на ярмарку вже було представлено 300 експонентів з 21 країни. Можна сказати, що Базель оголосив себе культурною столицею, а сам ярмарок став платформою як для вже відомих, так і для починаючих митців.

На початку свого існування *Art Basel* не був провідним міжнародним ярмарком, яким він є сьогодні. До початку 90-х років *Art Chicago* та *Art Cologne* панували як домінуючі ярмарки. Але в 1993 році, після майже екзистенційної кризи, яка була спричинена глобальною рецесією, троє галеристів Фелікс Бухманн, П’єр Хубер і Джанфранко Верна переконали директора *Art Basel* Лоренцо Рудольфа переглянути процедури відбору учасників ярмарка. Була запроваджена сувора система, яка змушувала ярмарок постійно оновлюватися, щороку вибираючи найкращий список галерей [13, c. 4]. Реалізація цього нового підходу спочатку виявилась жорстокою, так як давні галереї були відкинуті на користь нових. Але якість ярмарка швидко зросла завдяки цим змінам.

Наприкінці 1990-х років *Art Basel* став головним світовим шоу. Цей факт зумовив величезний наступний крок: представлення своєї моделі арт-ярмарку за кордоном. Це було місто Маямі-Біч — на той час таке ж малоймовірне місце (як і був Базель свого часу), де б світовий ринок збирався щороку. Ця ініціатива мала важкий початок, оскільки перший ярмарок було скасовано після нападу на Всесвітній торговий центр у 2001 році. Але коли він був запущений у 2002 році, за словами Марка Шпіглера «поєднання швейцарської точності, американського драйву, латинської радості життя, а також творчість його нового директора Сема Келлера зробили Флоридський ярмарок унікальним у світі мистецтва, швидко затвердивши його як провідне шоу на ринку арту в Сполучених Штатах» [13, c. 5]. Десять років потому *Art Basel* відправився в Гонконг і знову переніс «свою ДНК» в абсолютно нове середовище. *Art Basel* вибудував мости між Сходом і Заходом, між країнами з абсолютно різною історією, релігією, національними традиціями та звичками, задаючи тон тенденціям в світі мистецтва, виокремлюючи головне. Можна без сумніву погодитись зі словами Марка Шпіглера, який вважає, що *Art Basel* є законодавцем «найскладнішої, багатогранної і неоднорідної моделі арт-ринку» [13, c. 5].

За майже 54 роки *Art Basel* не просто розширився географічно, а й розширив саме поняття арт-ринку. У 1993 році на ярмарку була створена секція фотографії, хоча у той час багато європейських колекціонерів вважали цей актив фактично непридатним для колекціонування. У 2000 році було створено *Unlimited* – дім для великомасштабних робіт, які раніше вважалися придатними лише для музеїв через їхній розмір. З 2004 року серії інтервʼю *Conversations* відкрили для загальної аудиторії широкий спектр тем, які обговорюються митцями, колекціонерами та іншими арт гравцями. Ці теми торкаються як мистецьких, так і соціально-культурних питань, а також відкривають очі на сучасні тенденції в світі мистецтва, проблеми технологізації та інше.

Між 2008 і 2015 роками такі проекти, як *Art On Stage, Il Tempo del Postino, 14 Rooms і MEIM4MIAMI*, поєднали візуальне мистецтво, танець, перформанс і театр [13, c. 5]. Цей приклад спонукав організаторів *Art Basel*, починаючи з 2013 року, вийти за рамки головного павільйону ярмарка та створити інтерактивну взаємодію з відвідувачами виставки на площі Мюнстерплац у Базелі. Йдеться про так звані *Parcours*, де виставляють окремі скульптури, інтервенції та перформанси відомих художників і нових талантів. Також гостям ярмарки пропонується комплекс паралельних програм, що створюються у співпраці з місцевими установами [13, c. 5]. Про червневий тиждень *Art Basel* говорять фасади будівель та афіші культурних закладів Базеля. Іншими словами, вкрай важливо, що *Art Basel* має глибоку взаємодію з містом-господарем, розширюючи тиждень проведення ярмарку за межі головних залів, а також переносить свої заходи в місцеві музеї, галереї, приватні колекції, кінотеатри, театри та студії художників.

**2.2. *Art Basel* у 70-ті роки: передумови та драйвери успіху**

Говорячи про історію появи та функціонування ярмарку *Art Basel* у 70-х роках слід зазначити, що до його відкриття мистецьким центром Швейцарії вважався не Базель, а Цюріх. Саме це місто було центром діяльності всіх художників та арт-дилерів, і Базелю потрібно було щось оригінальне, а саме – ярмарок мистецтва з міжнародною участю [15].

Слід також згадати, що хоча відкритий продаж мистецтва в Європі існував ще у 19 ст., довгий час комерцією займались самі художники. Тільки в середині 20 ст. арт-продаж акумулювався в цілий ланцюг операцій, і головними продавцями стали галеристи, які розуміються на митцях, вибирали з широкого спектру робіт самі перспективні та першокласні. Таким чином, у 70-х роках, так само, як і сьогодні, ключовими гравцями ринку були галереї, які обирали, що виставляти та що купувати.

12 червня 1970 року відкрився перший *Art Basel*. Серед експонентів було багато відомих галерей, які продавали сучасне мистецтво на міжнародному рівні. Завдяки інноваційній ідеї Трудл Брукнер, Бальза Хілта та Ернста Байєлера перша виставка *Art Basel* в 1970 році залучила 90 галерей та 20 видавців з 10 країн, привабивши 16300 відвідувачів. Це зробило місто Базель новою Меккою для поціновувачів сучасного мистецтва [13, c. 50].

Від початку залучені сторони погодилися, що запланований базельський мистецький ярмарок буде відкритий не лише для власників галерей, які представляють сучасних художників і продають їхні роботи, а й для арт-дилерів, які пропонують перевірені часом твори 20-го століття.

Для вирішення всіх питань у *Art Basel* був створений спеціальний оргкомітет, членами якого були засновники ярмарку: Трудл Брукнер і Бальц Гілт, які мали галереї в Базелі, а також Ернст Бейелер, який підтримував зв’язки по всьому світу як торговець сучасним мистецтвом зі своєї базельської галереї. Директори *Kunsthalle* та *Kunstmuseum* у Базелі також були в комітеті, підтримуючи ярмарок мистецтв на національному рівні [13, c. 50].

У перші роки гостями ярмарку були переважно колекціонери, тому подія носила більш професійний характер. Галеристи купували роботи один у одного, і конкуренція була невелика. Але тенденція дуже швидко змінилася і ярмарок почав приваблювати поціновувачів мистецтва з різних країн, які б хотіли інвестувати в мистецтво, або купувати те, що їм подобається.

На початку на ярмарку *Art Basel* переважно купували роботи класичних художників сучасного мистецтва, таких як Макс Ернст, Френк Стелла, Антоні Тапі, Генрі Мур, Жоан Міро. Але згодом, вже в 1972 році, прогресивні міжнародні галереї, які представляли молодих митців, наприклад, Блінкі Палермо, Сол ЛеВіт, Шусаку Аракава, продемонстрували чудові показники продажів робіт [13, c. 52-53].

В 1972 році кількість відвідувачів ярмарку значно зросла і складала вже 28300 гостей. 208 галерей з 15 країн виставляли свої експозиції [13, c. 52]. Ярмарок ставав престижним, що призвело до росту інтересу та залучення до участі в ньому відомих галерей з усього світу.

У 1973 році був здійснений важливий структурний крок, який створив основу для майбутнього розвитку *Art Basel*. Місцевий оргкомітет перетворився на Міжнародну консультативну раду експонентів (з 1974 року). У цьому органі були представлені лише арт-дилери, а розподіл за країнами відповідав орендованій виставковій площі. Під час відбору нових учасників проводилися консультації з консультативною радою. Експонент, який був прийнятий один раз, мав практично гарантований повторний допуск. Протягом 20 років директором, що відповідав за участь в *Art Basel*, був Еміль Бамматтер [13, c. 53].

Спочатку ярмарок *Art Basel* повністю відповідав своєму першочерговому призначенню, тобто власне ярмарку – учасники самі будували свої виставкові стенди, везли своє обладнання, світло та інше, художники самі монтували свої роботи. Як згадує Анна Лаумʼєр з *Galerie Lahumière Paris*, під час їхніх перших років участі в *Art Basel*, її галерея працювала з Жаном Девансом і виставляла його роботи. В день відкриття виставки вони ще забивали цвяхами його роботи з серії *La Longue Marche* та *Antisculptures*. Того ж вечора їхній стенд відвідав Геральд Зееман, він консультував групу колекціонерів, що саме варто купувати, і так як він тільки нещодавно сам виставляв Деванса в *Kunsthalle Bern*, він порадив купувати його роботи, що зіграло на руку Анні та її галереї і вони заключили в той вечір вигідні угоди [13, c. 54].

Стенди *Art Basel* в 70-х роках дуже відрізнялись від сучасних. Як згадує Давід Юда з галереї *Annely Juda Fine Art London*, піонер ярмарку, який разом зі своєю матір’ю брав участь в *Art Basel* від самого початку, галеристи експонували роботи від стелі до підлоги, подекуди роботи просто були скупчені біля стін, неначе ти попадав на справжній ринок. «Приблизно 10 років ми приносили власні світильники та килим, щоб заощадити гроші. Ми буквально залишили мінімум у нашій галереї. У перший день я встановлював світло та килим, а моя мати, якій на той час було близько п’ятдесяти, розпаковувала речі. У нас не було помічників чи чогось подібного». Галерея Давіда та Аннелі Юда представляла російський конструктивізм, рух Баугауз і де Стідж, а також сучасних художників, таких як Сара Оппенгеймер і Девід Гокні. Вони одними з перших в 1971 році зробили соло експозицію з колажів Крісто, які були повністю розкуплені [55]. Проте з кожним роком захід ставав все більш професійним, що відображалось на організації та нормах його проведення.

Успіх *Art Basel* багато в чому пояснюється спрямованістю на міжнародну арену та участь в ньому саме міжнародних галерей. Якщо порівнювати ярмарок *Art Basel* з *Art Colongne*, з якої Трудл Брукнер і брала натхнення для створення міжнародного ярмарку в Базелі, то Кельнська організація загалом зосереджувалась на німецьких галереях. Натомість у *Art Basel* з самого початку приймали участь імениті галереї з Нью-Йорку та Чикаго, Лондона та Парижа. Ця заслуга Ернста Байєлера, який мав зв’язки по всьому світу і залучав іноземні галереї до ярмарки.

За згадками відомої базельської колекціонерки Ули Дрейфус-Бест, яка не пропустила жодного заходу *Art Basel*, у 70-х роках на приватній вечірці, яку щороку влаштовував для галеристів, дилерів та своїх близьких друзів Ернст Байєлер трапилась одна визначна подія: «Одного разу на вечірку прийшли Шахбану Фарах Діба та представник Шаха. Це було сенсаційно. У них були неймовірні, майже нескінченні фінансові можливості, і вони створювали фантастичну колекцію нині легендарного Тегеранського музею сучасного мистецтва. Вони купували роботи Ротко, Воргола, Ліхтенштейна тощо. І зараз колекція сучасного мистецтва їхнього музею на 75% складається з того, що вони тоді купили у Байєлера. *Art Basel* у 1970-х роках був справді сповнений подібних зустрічей» [15].

Міжнародний ярмарок створений трьома швейцарськими галеристами зробив з міста Базель культурний центр сучасного мистецтва, куди стікалися гравці арт-сцени з усього світу. Це значно покращило економіку міста, залучило багато туристів, привернуло інтерес до швейцарських митців тощо. Загалом, засновники *Art Basel* вперше створили інститут ярмарку сучасного мистецтва міжнародного зразка.

**2.3. *Art Basel* у 80-90-ті роки: зародження інституції, її соціальний, громадський та економічний вплив**

З 1980 року почалося друге десятиліття існування *Art Basel*. За десять років існування ярмарку, організація проведення заходу значно удосконалилася, збільшилася кількість учасників та відвідувачів: якщо у 1980 році ярмарок відвідало 40000 осіб, то в 1982 році вже 50000. [13, c. 61]

Кожного року на *Art Basel* проводилася спеціальна виставка, яка представляла одну окрему країну. Починаючи з 1973 це були: США, Італія, Великобританія, Іспанія, Німеччина, Франція, Швейцарія і т.д. 1980 рік був присвячений Австрії. Кожного року до цієї спеціальної виставки видавали каталог.

Вже в 80-х роках *Art Basel* зарекомендував себе як сильна міжнародна платформа для галерей та колекціонерів та чудова можливість для обміну досвідом, нових професійних та соціальних контактів, або зв’язків із громадськістю. Найкращі куратори та директори музеїв з усього світу зустрічалися в невимушеній атмосфері та обмінювалися ідеями, але найцікавіше, що художники не любили відвідувати ярмарок.

У 1981 році *Art Basel* запускає програму *Art Actions*, яка охоплює відео, кіно, театр, танець, перформанс, музику та інсталяції. Програма проходить щовечора о 19:00 на *Rundhof* і включає понад 30 артистів [13, c. 60].

Художники, які найбільше виставлялися в 1984 році, — Жоан Міро (22 галереї), Макс Ернст і Лусіо Фонтана (16), Міммо Паладіно (15), за ними йшли Генрі Мур і Пабло Пікассо (14), Мартін Діслер (13), потім Ганс Арп, Арнульф Райнер, Карел Аппель, Макс Білл, Марк Шагал, Джонні Фрідлендер, Антоні Тапі, Антоніо Кальдерара, Сандро Чіа, Енцо Куччі, Річард П. Лозе, Горст Нтес, Йозеф Бойс, Сальвадор Далі, Серж Поляков та Енді Уорхол [13, c. 62].

Експерти відзначали, що у той час, своїм успіхом *Art Basel* великою мірою завдячував добре розробленій концепції, якої неухильно дотримувався протягом багатьох років: поділ на сектори (для класичного модернізму та найновіших зразків сучасного мистецтва).

У 1986 році в рамках ярмарку була проведена цікава виставка «Перспектива», яка заохочувала молодих митців вчитися у старих майстрів, головною темою якої був автопортрет. Таким чином, було представлено цікаве зіставлення робіт ще невідомих художників із творами митців, яких знали всі. Було представлено автопортрети таких митців, як А. Р. Пенк, Арнульф Райнер, Маркус Ретц, Крістіан Болтанскі, Джордж Кондо і Гілберт Джордж [13, c. 63].

В 1988 році спеціальну виставку представляли роботи сучасного мистецтва з Радянського Союзу [13, c. 64].

В 1989 році святкуючи 150-річчя фотографії 16 галерей, які належали до «Асоціації дилерів фотографії» (англ. – *The Association of International Photography Art Dealers, AIPAD*), показали фотографічні роботи на яких прослідковувалась історія еволюції медіа. Художник Ей Ей Бронсон згадує цей час так: «Ще один момент, який я дуже чітко пам’ятаю, був перший рік, коли на початку 1980-х було включено розділ фотографії. Він був дуже маленьким, можливо, вісім крихітних стендів, на яких демонструвалися старовинні фотографії. Нічого не було вище 150 доларів. За таку ціну можна купити шедевр. Наступного року ціни становили 3000 доларів, наступного року значно більше. *Art Basel* передбачав, що станеться з фотографією, навіть створив її. Вони дійсно змінили форму світу мистецтва, включивши розділ фотографії. Вони повністю відкрили людям на це очі. Я думаю, що це був дуже важливий момент в історії колекціонування мистецтва» [16]. П’ять наступних тематичних фотовиставок робить *Art Basel* однією з провідних платформ мистецтва для просування цього напрямку у світі.

80-ті роки визначались періодом популярності поп музики, хіп-хопу, графіті і ці течії безпосередньо впливали на мистецтво. Варто згадати таких митців, які працювали в цьому напрямку, як Баскія, Кіт Гарінг, Енді Ворхол, Рой Ліхтенштейн. До речі, сьогодні спостерігається тенденція запозичення митцями аспектів цих рухів 80-х років. Серед експонентів, які брали участь у кожному ярмарку *Art Basel* протягом перших двох десятиліть варто відзначити *Galerie Beyeler* (Базель), *Galerie R. P. Hartmann* (Мюнхен); *Annely Juda Fine Art* (Лондон); *Galerie Lahumière* (Париж); Галерея Карла Ласло (Базель), *Galerie Hans Mayer* (Дюссельдорф), *Galerie Orangerie-Reinz* (Кельн), *Galerie Riehentor* (Базель); *Galerie Schmücking* (Брауншвейг) тощо. Ці галеристи згадують 1980-ті рр. як період неформальних комунікацій, взаємних колаборацій та обміну ідеями в спрощеній формі, проте з роками робота *Art Basel* стала більш бюрократичною та офіційною [16].

До початку 90-х років платформа *Art Basel* стала впливовою та відомою у всьому світі. Вона висвітлювала такі важливі проблеми як СНІД, який забрав життя багатьох людей, зокрема і зі світу мистецтва, і був справжньою пандемією того часу. Так, у 1991 році вперше в історії ярмарку вернісаж був відкритий для відвідування, а зібрані від продажу квитків кошти були передані організації *Art Against AIDS*. З нагоди відкриття в *Kunstmuseum* відбулася благодійна гала-вечеря, на якій влаштували благодійний аукціон. На гала-вечорі були присутні Томас Амман (галерист із Цюріха), Матильда Крім (медичний дослідник і співзасновник *amtAR*), Елізабет Тейлор (співзасновник *amfAR* ) і Філіп Леві (генеральний директор *Schweizer Mustermesse*) [13, c. 66].

1990-ті роки були позначені не лише епідемією СНІДу, а й економічними кризами у всьому світі та соціальними проблемами в Африці. Ці проблеми почали висвітлюватись і в мистецькому світі, художники хотіли звернути увагу на те, що відбувається, відчуваючи неможливість мовчати. Наприклад, нью-йоркський фотохудожник Альфредо Джаар, народжений у Чилі, за його власними спогадами, одного дня, продивляючи галереї Нью-Йорку, зрозумів, що представлене мистецтво дуже зашорене і пусте, воно не виходить за рамки поняття мистецтва як такого і що навколишнього світу для нього не існує. На початку 90-х він протягом 4 років подорожував багатьма країнами Африці і, зокрема, став свідком геноциду в Руанді. Він був шокований повною байдужістю суспільства до жахливих речей, які він бачив на власні очі, і хотів залучити мистецький світ висвітлити цю реальність. Згодом та по сьогоднішній день відчувається тенденція до популяризації африканських мотивів у мистецтві [16].

Альфредо Джаар і досі використовує ярмарку *Art Basel,* щоб привернути увагу суспільства до соціальних та глобальних проблем, таких як, наприклад, проблеми мігрантів. Зокрема, у 2016 році він разом зі своєю командою роздав 12 тис. блакитних коробочок з написом «ВІДКРИТИ ТУТ» та попередженням «ЦЕЙ ПОДАРУНОК МОЖЕ ВАС ЗМІНИТИ». У коробочках разом із закликом до пожертвувань для мальтійської неурядової організації мігрантів було зображення турецького пляжу, де викинуло на берег тіло 2-річного сирійського хлопчика Алана Курді, який разом із родиною намагався втекти від війни в Сирії. Цій акцією Альфредо Джаар намагався закликати Європу до прийняття біженців та надання їм прихистку [23].

За 20 років свого існування *Art Basel* стає занадто ширшим поняттям чим просто комерційна платформа сучасного мистецтва. Ця інституція починає носити економічний, соціальний та глобалізаційний вплив в різних аспектах життя.

У 1990 році як окрема одиниця від *Art Basel* була запущена *Edition/Basel* – 12-денна програма для художників, які працюють у техніках глибокого друку, рельєфу, літографії та високого друку в студії *Druckwerk* (Базель). Кожна її сесія має тему, яку обирають художники спільно або інтерпретують індивідуально. Після трьох років відокремленої роботи *Edition* став одним із секторів головного павільйону *Art Basel*, у якому спочатку брали участь 15 галерей, зокрема *Klosterfelde, Lelong, Knust, Polígrafa* та ін. [13, c. 65].

В 1993 році також з’являється новий сектор *Young Galleries* і рекламує такі галереї, як *Antony Reynolds, Jennifer Flay, Esther Schipper,* та пропонує програму для молодих артистів, які ще не зарекомендували себе на ринку. Також відкривається сектор Фотографії, в якій представлено 14 фотогалерей, зокрема *Hamiltons, Kicken* і *Françoise Paviot* [13, c. 69].

В 1994 році *Art Basel* робить важливий стратегічний крок, який стане вирішальним для його подальшого становлення у якості головного і найвпливовішого гравця міжнародних ярмарків мистецтва. Він залучає один з провідних швейцарських банків – *Swiss Bank Corporation* як спонсора (пізніше цей банк об’єднається з *Union Bank of Switzerland* і утворить *UBS*, який і сьогодні залишається провідним партнером *Art Basel*). Те, що спонсором стало економічно успішне підприємство було новим у світі мистецтва, але це показало *Art Basel* шлях вперед. За кошти цього великого швейцарського банку можна було профінансувати додаткові заходи, які пов’язані з ярмарком, та мали велику вагу для укріплення міжнародного авторитету *Art Basel* [13, c. 70].

У 1995 році в рамках ярмарку *Swiss Bank Corporation* започаткував *Art Video Forum*. Першими лауреатами премії у сфері відеомистецтва стали Піпілотті Ріст та Енріке Фонтаніллс. Створенням такого форуму *Art Basel* вперше надав цій відносно молодій формі мистецтва власну платформу, адже відеороботи, стрічки та просторові інсталяції на той час були мало представлені на арт-ярмарках. Представлення відео інсталяцій потребувало окремого простору і *Video Forum* зайняв площу 250 м2, де галеристи мали можливість безкоштовно представити роботи художників, які працювали з електронними носіями. Художниками, представленими у перший рік роботи форуму, були Клод Клоскі, Тасіт Дін, Шеріл Донеган, Брюс Наумана та Яна Штербак [13, c. 71].

Загалом, відеомистецтво було старше за *Art Basel* лише на 5 років. У жовтні 1965 року великий піонер у цій галузі Нам Джун Пайк придбав перший *Sony Portapak* у Сполучених Штатах. Легенда свідчить, що його перше відео зафіксувало кортеж папи Павла VI, який зупинив рух на Мангеттені 4 жовтня, і художник показав його в нічному клубі *Café au Go Go* у Грінвіч-Віллідж того вечора. У 1969 році Пайк писав про своє бажання «сформувати полотно телеекрана так точно, як Леонардо, так вільно, як Пікассо, так барвисто, як Ренуар, так глибоко, як Мондріан, так жорстоко, як Поллок, і так само лірично, як Джаспер Джонс».

На початку свого існування, відеомистецтво не було комерційним, його не хотіли купувати, світ був не готовий, тим не менш, спритні торговці відчули його потенціал. З 1970 по 1972 роки продакшн Карлхайнца Хайна (*Progressive Art Production*) мала стенд на *Art Basel* для просування свого каталогу експериментальних фільмів, але, на жаль, з обмеженим успіхом. У 1974 році галеристи Лео Кастеллі та Ілеана Соннабенд також заснували *Castelli-Sonnabend Videotapes and Films*, підтримуючи експерименти своїх художників із рухомими зображеннями, серед яких Науман і Йонас. Того ж року галереї *Castelli* та *Sonnabend* взяли участь у *Art Basel*, але відео роботи не представили, а показали більш комерційно життєздатні роботи. В програмі ярмарку з 1971 по 1975 рік у просторі Мессекіно відбулися покази фільмів про сучасних художників. Незважаючи на ці зусилля, відео вперше мало помітну присутність на *Art Basel* лише у 1980 році як частина програми *Art Actions*, що проходила в *Rundhof*.

В рамках ярмарку об’єднувалися різні види мистецтва, відображаючи тісний зв’язок між відео та перформансом. З початку 1970-х артисти, зокрема Джонас і Валі Експорт, об’єднували перформанс у відео, а відео – у перформанс. Артисти починали використовувати відео як засіб розширення масштабів своєї творчої дії, як, наприклад, це зробила Марина Абрамович з перформансом на камеру у фільмі *Art Must Be Beautiful, Art Must Be Beautiful*. У відео вона агресивно розчісувала волосся до болю, повторюючи при цьому заголовну фразу. Робота, виконана в 1975 році, але була показана на *Art Basel* тільки в 2015 році галереєю *Galerie Krinzinger* [38].

В 1996 році на прес-конференції в Базелі було оголошено про заснування асоціації провідних мистецьких ярмарків — *ICAFA* (Міжнародна асоціація ярмарків сучасного мистецтва). Асоціацію представляли: Розіна Гомес-Баеза (*Arco*, Мадрид), Томас Блекман (*Art Chicago*, Чикаго), Лоренцо Рудольф (*Art Basel*, Базель), Марван Хосс (*FIAC*, Париж), Г. Ф. Райнс (Art Cologne, Кельн). 11 червня 1996 р. члени *ICAFA* підписують спільну хартію, яка встановлює настанови та правила проведення ярмарку мистецтва. Метою цієї асоціації є «підтримка торгівлі мистецтвом через професійно керовані галереї та пропонування найкращих можливих ринкових платформ через механізм мистецьких ярмарків» [13, c. 72].

Також в 1996 році сектор *Young Galleries* замінюється сектором *Statements*, в якому проходять відразу 23 соло-виставки молодих художників, зокрема, Метью Бенедікта, Яе Давенпорта, Пʼєра Хьює, МакДермота і МакГога, Маріко Морі, Сема Самора, Карін Сандер. Таким чином, новий сектор *Statements* надав слово молодим арт-дилерам, які хотіли представити митців, які ще себе не зарекомендували [13, c. 72].

В 1996 році Міжнародний мистецький ярмарок *Art Basel* з'явився у Інтернет. Повідомлення в мережі оголошувало: «Усі, хто має доступ до Інтернету, можуть отримати інформацію та залишити повідомлення за адресою *http://www.art.ch*. Крім загальних відомостей про міжнародний мистецький ярмарок, запитувачі можуть зателефонувати до галерей-учасників та виставлених художників, а також отримати інформацію про подорожі. Фотографії також створюють візуальне враження від найкращої світової виставки мистецтва ХХ століття.» [13, c. 72].

В 1996 році було створено *The Liste Art Fair* – «провідний ярмарок для для нових відкриттів в світі контемпорарі арт». Ярмарок був задуманий галеристами Євою Пресенубер та Пітером Кілхман з Цюріха та куратором з Базеля Пітером Блауер. 36 галерей з 12 країн приймали участь у першому заході.

Ідея створити *The Liste Art Fair* належала галеристці Єві Пресенубер через бажання потрапити до головної платформи *Art Basel*. На той час вимоги до галерей були дуже високими і формат молодих галерей не задовольняв організаторів ярмарку, тому галереї, які тільки починали виходити на ринок, були вимушені обʼєднатися та створити свою окрему площадку [13, c.72]. Втім ідея не була оригінальною, Єва Пресенбур запозичила її у Крістіана Аглера, свого німецького колеги, який прагнув потрапити на *Art Cologne*, але через високі вимоги не зміг досягти своєї мети напряму, і створив для цього *The Discovery Art Fair Cologne* – ярмарок сучасного мистецтва молодих галерей за доступними цінами [16].

Зараз більшість галерей, які починали з *The Liste Art Fair* приймали або досі приймають участь у *Art Basel*. Українські галереї *The Naked Room* та *Voloshyn gallery* виставлялись на *Liste Art Faire* в 2022 та 2023 році. Це гарна перспектива у подальшій участі на головній платформі *Art Basel*.

**2.4. *Art Basel* у ХХI сторіччі: культурний феномен та його міжнародна експансія**

У 2000 році *Art Basel* розширює спектр представленого мистецтва і створює *Unlimited* – спеціальний зал, в якому галереї можуть представити габаритні інсталяції, великомасштабні скульптури та картини, відеопроекції та живі виступи. Представлене тут мистецтво виходить за рамки класичного. *Unlimited* не розбитий на галерейні стенди чи сектори, як головний павільйон *Art Basel*, а створений у формі відкритої виставки на 16000 квадратних метрах. Це нововведення *Art Basel* говорить про його далекозорість та відповідність сучасним трендам нового ХХІ століття, характеризуючи ярмарок як платформу, яка завжди знайде місце новим видам та формам мистецтва, забезпечить мистецтво оптимальним середовищем для виставок, продажів та комунікацій [13, c. 77].

У 2001 році мав відбутися перший *Art Basel Miami Beach* в США, вже були готові каталоги, розкуплені квитки, але він був відкладений через терористичну атаку в Нью-Йорку 11 вересня 2001 року. Тож перший ярмарок *Art Basel* в Новому світі відбувся у 2002 році, представивши 160 галерей з 23 країн світу, та прийнявши 30 000 відвідувачів [60].

Створенню ярмарка *Art Basel* в американському місті Маямі у першу чергу завдячують колекціонеру Норману Браману. Він і його дружина Ірма були одними з небагатьох американців, які відвідували *Art Basel* у Швейцарії у 1980-х роках, купуючи мистецтво для своєї колекції. На *Art Basel* їх привіз дилер Джеффрі Дейч, який тоді був консультантом з мистецтва. Подружжя познайомило Дейча з іншими колекціонерами, і наприкінці 80-х у нього було кілька важливих клієнтів у сфері мистецтва в Маямі. Норман Браман потоваришував з керівником ярмарку Лоренцо Рудольфом та директором комунікацій Семом Келлером. Обидва вони відіграли важливу роль у розвитку ярмарку в Маямі [60].

Коли в керівництві *Art Basel* приймали рішення щодо розміщення мистецького ярмарку в США, Браман відстоював ідею Маямі-Біч, виступаючи посередником у дискусіях між керівниками ярмарку та місцевими лідерами. Маямі та Маямі-Біч і його яскраво виражений мультикультурний дух приваблювали колекціонерів та розширювали горизонт мистецтва за межі американських галерей, залучаючи ще і латиноамериканський ринок. Колекціонерів та заможних людей приваблювало поєднання відпустки з відвідуванням такої мистецької події. Коли виношувалась ідея американського *Art Basel*, Сем Келлер розглядав Чикаго, Нью-Йорк і деякі міста на Західному узбережжі. Колекціонерка Лорен Ташен каже, що вона спонукала Рудольфа та Келлера вибрати Майамі. «Я сказала: «Маямі — це ворота в Південну Америку. Ви зможете показати багато галерей, які не змогли б показати в Швейцарії, тому що вони не могли собі це дозволити» [60].

*Art Miami* відкривався щороку в січні, згідно з угодою, яка передбачала, що жоден ярмарок мистецтва не може відбуватися протягом 45 днів з обох боків від його дати. *Art Basel Miami Beach* був запланований на грудень, який на той час вважався позасезонням. Коли *Art Basel* оселився в Маямі, була зібрана місцева команда, до якої увійшли Роберт Гудмен, президент компанії *Garber & Goodman Advertising and Marketing*, що базується в Маямі-Біч, який працював над просуванням ярмарку як представник *Art Basel* у Флориді; колекціонер Лорен Ташен, яка стала менеджером заходів; і давній *VIP*-представниця *Art Basel* і старший бізнес-радник Стефані Блок Рід, яка разом із Сарою Фіцморіс і Сашою Нікітіним стали відповідальними за *VIP*-відносини [60].

З самого початку *Art Basel Miami Beach* мав як комерційний, так і соціальний успіх. Завдяки наполегливості Сема Келлера вдалося залучити найкращі локальні галереї та впливових колекціонерів, а також подолати супротив місцевої влади, довівши, що ярмарок *Art Basel* може бути цікавим цьому регіону і може асимілюватися з місцевими мультикультурний вподобаннями. Пізніше важливим стратегічним кроком Сема Келлера було залучення як головного спонсора вже не тільки *Art Basel*, а і ярмарку в Маямі – швейцарського банку *UBS*. Ці зусилля зробили *Art Basel Miami Beach* унікальною подією світу мистецтва на американському континенті.

Коло колекціонерів поповнювалось не тільки американцями, а і багатими бразильськими колекціонерами, які вперше приїздили на міжнародний арт-ярмарок. Сем Келлер вважав, що латиноамериканський ринок стане важливішим за американський чи європейський.

Перше, що відрізняло *Art Basel Miami Beach* від будь-якого іншого ярмарку сучасного мистецтва – це було те, що колекціонери запрошували до своїх будинків, щоб показати свої колекції, зараз це входить в програму ярмарку. Таким прикладом є колекціонери іспанського походження Роза і Карлос де ла Круз, які входять до списку найкращих колекціонерів мистецтва в Маямі та за його межами (пара зібрала одну з найкращих колекцій сучасного мистецтва міста Маямі). До 2002 року де ла Крузи відкривали свій будинок за попереднім записом для любителів сучасного мистецтва, але як тільки з’явився *Art Basel Miami Beach*, вони вирішили створити власну галерею та активізували свої зусилля. «Ми думали, що важливо представити художників Маямі», — каже Роза. «Ми з Карлосом пішли до нашого друга [забудовника] Крейга Робінса і запитали його, чи може він надати нам приміщення для виставки в *Design District*. Він був дуже щедрим, і його відповідь була: «Візьміть стільки місця, скільки хочете!». Так вони провели виставку 26 художників Маямі в *Moore Building*, куратором якої був Домінік Молон, який на той час був куратором *MOCA Chicago*. Згодом вони відкрили свою галерею *de la Cruz Collection in Miami Design District*, яка щороку поповнюється покупками з *Art Basel Miami Beach* [60].

За кількістю вечірок, як приватних так і публічних, присутністю відомих зірок, ярмарку *Art Basel Miami Beach* не було рівних. І ця подія змінила Маямі та поставила це місто на мистецьку мапу світу. *Art Basel* показав свою концепцію мистецької ярмарки найвищого рівня та класу, що змусило галереї Маямі дотягнутися до цього рівня та вдосконалюватись. *Art Basel* зробив з міста Маямі привабливе місце для бізнесу та життя, люди почали зʼїзжатися з усього світу щоб жити та працювати. Сем Келлер вважає, що саме *Art Basel* змінив культуру в Майямі, демократизуваши її, щоб відвідувачі могли доторкнутися до світу високо мистецтва, якого вони не бачили в такій концентрації раніше. Це вплинуло, як на підвищення культурного рівня місцевого населення, так і на розвиток нових локальних митців. Після шаленого успіху *Art Basel Miami Beach*, керівництво *Art Basel* отримало багато дзвінків від мерів інших міст, які бажали піднести своє місто як з економічного, так і з культурного боку, як це сталося з Маямі [60].

З 2004 року партнером *Art Basel* стає концерн *BMW*. Протягом майже 50 років *BMW Group* ініціювала та брала участь у понад 100 культурних співпрацях по всьому світу. І тому те, що така впливова компанія як *BMW* стала партнером, говорить про довіру та високий рівень організації, а також затвердження *Art Basel* як провідного міжнародний ярмарку сучасного мистецтва світу [13, c. 80].

У 2005 році організатори *Art Basel* запровадили *Conversations* – інтервʼю та обговорення з найвідомішими та найвпливовішими гравцями сучасного арт-ринку, серед яких є колекціонери, галеристи, директори музеїв, куратори бієнале, художники, мистецтвознавці та архітектори. *Conversations* являють собою панельні дискусії, які надають доступ до інформації з перших рук про різноманітні аспекти колекціонування та експонування мистецтва. Лідери думок світу мистецтва обмінюються ключовими та актуальними темами, що формують світ мистецтва та культури. Цей метод комунікації є вражаючим мозковим штурмом, який дозволяє бути у центрі подій світу арту та генерувати нові ідеї [13, c. 80].

У 2005 році *Art Basel* також запускає *Artists' Books* – сектор, присвячений формі мистецтва, якій зазвичай приділяють невелику увагу на мистецьких ярмарках. Куратор Ліонель Бов’є у співпраці з такими художниками, як Джон Армледер і А. А. Бронсон, запропонували огляд книг художників у 21 столітті, а також опитування художників з різних журналів (2008) та записів митців (2007). Записи митців проіснували до 2010 року у вигляді окремого сектору [13, c. 80].

У 2007 році однією з найвидовищніших подій *Art Basel* стала вистава *Il Tempo del Postino* в театрі міста Базель. Газета *Independent* назвала це унікальне шоу «першою у світі оперою візуального мистецтва». Це групове шоу мало на меті переосмислити те, як можна відчути образотворче мистецтво. Вистава була створена деякими з провідних світових візуальних художників, представляла послідовний показ мистецтва, заснованого на часі, на сцені театру. Кожен з артистів створював акт різної тривалості. Головним куратором *Il Tempo del Postino* був легендарний Ганс Ульріх Обріст, а також Філіп Паррено, Анрі Сала та Ріркріт Тіраванія. Виставу було організовано спільно з *Art Basel, Fondation Beyeler* і *Theatre Basel* [13, c. 83].

У Базелі сектор *Parcours* почав працювати в 2010 році, щоб показувати громадські твори та вистави в історичних районах міста. З 2011 року громадський сектор у Маямі-Біч теж пропонує своїм відвідувачам можливість побачити скульптури та перформанси під відкритим небом у форматі публічних виставок у парку Коллінз [13, c. 84].

В 2011 році *Art Basel* знов розширює свій галерейний світогляд і вперше запрошує тайську галерею *100 Tonson Gallery*. Це була перша і єдина галерея, яку запросили з Південно-Східної Азії. Галерея представляла роботи Ріркріта Тіраванія, які дуже сподобались відвідувачам [13, c. 84].

Оскільки початок ХХІ ст. став епохою змін та глобалізації у всіх сферах життя, а особливо в мистецтві, яке є дзеркалом часу, пропоноване на міжнародних мистецьких ярмарках мистецтво починає швидко видозмінюватись, набуваючи нових форм. Торгівельний майданчик стає глобальним, додаються нові географічні точки, сучасне мистецтво стає новітнім.

В першому десятилітті ХХІ ст. спостерігається зростання числа мистецьких ярмарків, так як вони є одним з найпривабливіших майданчиків для продажу мистецтва, на яких сконцентровано найбільше число потенційних покупців в один час і в одному місці.

Колекціонери здійснюють значну частину покупок творів мистецтва саме на ярмарках, так як вони надають безцінну можливість для обміну інформацією та налагодження нових стосунків із дилерами. Хоча галереї залишається найважливішим каналом продажів для дилерів, їхня частка в продажах падає, оскільки мистецькі ярмарки та онлайн-продажі стають все більш важливими.

Мистецькі ярмарки відіграють важливу роль у заробітку художників і дилерів, але вони також створюють дуже значну економічну активність для регіону, де проводиться ярмарок, за відносно короткий період часу. Ці події роблять значний внесок у підвищення зайнятості та доходів для місцевого населення. Окрім створення доходів і робочих місць, існує багато допоміжних спеціалізованих послуг, які залучає торгівля мистецтвом. Такі спеціалізації, як консервація та реставрація, сприяють торгівлі мистецтвом і перетворилися на окремі галузі із власною академічною та навчальною інфраструктурою.

За словами доктора Клер МакЕндрю, автора *Art Market Report*: «Мистецькі ярмарки та яскрава мистецька сцена загалом відіграють вирішальну роль у допомозі регіонам залучати інвестиції, творчі таланти та туризм. Культура стає ключовим фактором для підвищення місцевої та регіональної привабливості. Знання, навички та креативність є важливими елементами, які надають економікам конкурентну перевагу, а індустрії культури продовжують відігравати провідну роль у русі до економіки знань. Потужна мистецька інфраструктура приваблює кваліфікованих працівників в економіку, створюючи ефект «приросту мізків» і роблячи регіони більш привабливими для бізнесу, з подальшим позитивним мультиплікаційним ефектом по всій економіці. Дослідження показали, що індустрії мистецтва та культури сприяють інноваціям і зростанню комерційних творчих галузей і підтримують продуктивність робочої сили в цілому» [30].

Усі ці фактори безумовно стимулюють розвиток та створення все нових ярмарків сучасного мистецтва.

У 2013 році *Art Basel* розширюється ще на один континент і відкриває своє представництво в Гонконзі. Спираючись на досвід, який команда *Art Basel* отримала під час запуску в 2001 році *Art Basel Miami Beach*, відкриття у Гонконзі знаменує собою важливий момент у міжнародному світі мистецтва. Стратегічне значення вибору саме цієї точки на мапі світу був феноменальний підйом Азії та Азіатсько-Тихоокеанського регіону за останнє десятиліття в різних сферах життя як економічного, так і політичного. Ці факти супроводжувалися підвищеним інтересом до того, що відбувається в культурі цього різноманітного та багатогранного регіону. Різноманітні релігії, мовні групи, колоніальні історії поєднуються в одну комплексну мультикультуру. Як фінансова столиця Азії, Гонконг був найпривабливішим місцем для відкриття франшизи *Art Basel* і мав всі шанси стати визначальною силою в міжнародному світі мистецтва [13, c. 86].

Історія створення мистецької арт-сцени Гонконгу сягає ранішніх часів, ніж 2013 рік. В 2007 році тут було засновано *The Hong Kong International Art Fair*, ярмарок, який був націлений на сучасне мистецтво і згодом злився з *Art Basel,* створивши азіатський флагман *Art Basel* у 2013 році [13, c. 86].

На початку свого існування *Art Basel* Гонконг являв собою зовсім інше видовище ніж *Art Basel* та *Art Basel Miami Beach*. Загалом *Art Basel* робив акцент на галереях, але в Гонконзі велику роль відігравали митці. Втім, вплив ярмарку заохотив до відкриття нових галерей. Кожен сектор *Art Basel Hong Kong* мав особливий акцент – від монументальних творів до історичних голосів з Азіатсько-Тихоокеанського регіону, художників, акторів, музикантів і кінематографістів з усієї Азії, зокрема Надіма Аббаса, Хакгу Янга, Коракріта Арунанондчая та Отомо Йошіхіде. На першому показі *Art Basel Hong Kong* було представлено цікаву алегоричну виставу, «Паперовий дощовий парад». За словами художника Арто Ліндсея, це був«своєрідний політичний парад без жодного політичного змісту. Це було як форма, лушпиння, шкіра, скинута комахою [13, c. 86].

Важливою умовою існування *Art Basel* в Гонконзі було те, що в ярмарку мали приймати участь 50% або більше галерей з Азії. Навіть деякі галереї, які були постійними учасниками *Art Basel* та *Art Basel Miami Beach* не були допущені до участі в Гонконзі. Таким чином, ярмарок культурно обʼєднав різні азіатські регіони в одну велику комплексну систему і створив нове місце для ринку мистецтва, зацікавивши західний світ в своїх галереях, митцях та культурі загалом.

У XXI сторіччі ярмарок потроху переріс з чисто комерційної платформи в глобальну культурну установу, яка транслює через призму мистецтва всі гострі питання сучасного світу. Зокрема, цікавий соціальний проект 2013 року було представлено в Базелі. Там, де раніше відвідувачі бачили великі скульптури, на *Messeplatz*, серед виставкових будівель розташувалися фавели (нетрі), задумані митцем Тадаші Каваматою як метафора міських змін, які відбуваються сьогодні [13, c. 87].

Ярмарок також продовжив організацію спонсорських проектів. До таких прикладів ще можна віднести інсталяцію в Маямі в 2013, яку запропонував офіційний спонсор *Art Basel* – швейцарська фірма годинників *Audemars Piguet*. Проект називався *Curiosity* та мав вигляд надувного швейцарського шале в натуральну величину з товстим шаром снігу, що покриває дах, створений дуетом французьких художників *Kolkoz*. Художники встановили шале перед морським стадіоном Маямі на березі під час *Art Basel Miami Beach*. Робота під назвою *Curiosity* є даниною пам’яті марсоходу *NASA Exploration Rover*, який у 2012 році був запущений на планету Марс. Інсталяція *Kolkoz* нагадує як віддалені альпійські околиці дому *Audemars Piguet*, у швейцарських горах, так і безстрашне прагнення виробника досліджувати нові технічні та естетичні території [13, c. 87].

Згадана вище успішна колаборація *Fondation Beyeler, Art Basel* і *Theatre Basel* продовжила роботу і організувала в 2014 році *14 Rooms* – унікальну виставку живого мистецтва поруч із *Messeplatz*. Куратором її був Ганс Ульріх Обріст в співпраці з Клаусом Бізенбахом. Виставка являла собою перформанси відомих художників в архітектурному середовищі, задуманому *Herzog & de Meuron*. Кожна робота являла собою живе мистецтво. Художники, які приймали участь: Марина Абрамовіч, Деміен Герст, Тіно Сегал, Ед Аткінс, Джон Бальдессарі, Джоан Джонас, Брюс Науман, Отобон Нканга, Роман Ондак, Йоко Оно, Сантьяго Сьєрра, Джордан Вулфсон, Лаура Ліма і Сюй Чжень. Джоан Джонас, наприклад, представила своєрідну сучасну трактовку автопортрету, який вона робить за допомогою дзеркала, досліджуючи своє оголене тіло. Робота Сюй Дженя була пов’язана з уявленнями про тіло як матеріал і його матеріальність, випробовуючи межі фізичних і когнітивних можливостей, коли ми намагаємося зрозуміти те, що ми бачимо. За задумом головного куратора Ганса Ульріха Обріста, митці мали уподібнюватись скульптурі, яка оживає і взаємодіє з глядачем [13, c. 88].

Те, що мистецтво виходить на новий рівень і трансформується в абсолютну іншу форму засвідчила і світлова інсталяція представлена Карстен Ніколаї в 2014 році в Гонконзі. Вона являла собою згенерований світловий візерунок, який синхронно пульсував по всьому фасаду культової будівлі *ICC* у Гонконгу заввишки 484 метри. Супровідна програма для мобільних телефонів дозволяла аудиторії синхронізувати свої телефони зі світловою інсталяцією [13, c. 88].

Того ж 2014 року *Art Basel* запустив нову цифрову ініціативу в партнерстві з *Kickstarter*, платформою збору коштів для творчих проектів, щоб стимулювати необхідну підтримку для видатних некомерційних мистецьких проектів. З 2014 року до кінця 2017 року 70 проектів з усього світу, обраних для краудфандингової ініціативи *Art Basel*, були успішно профінансовані, зібравши загальну суму понад 2 мільйони доларів США від понад 15 400 спонсорів [13, c. 89].

В 2017 році запускається щорічний звіт, який і по сьогодні є важлими джерелем аналітичного дослідження ринку мистецтва – *The Art Market Report*, автором якого є економіст д-р Клер МакЕндрю. Звіт являє собою аналіз ключових тенденцій на світовому арт-ринку, включаючи його різні сегменти, такі як галереї, аукціонні будинки та колекціонування творів мистецтва, мистецькі ярмарки, онлайн-продажі та економічний вплив мистецтва [13, c. 93].

В 2016 році *Art Basel* започаткував ініціативу *Art Basel Cities* з залученням інших міст до родини Art Basel. Перше місто, яке долучилось до проекту був аргентинський Буенос-Айрес. Загалом *Art Basel Cities* – це нова програма, яка співпрацює з вибраними містами для розробки індивідуальних програм і надання світові мистецтва нових можливостей для взаємодії з культурними пропозиціями по всьому світу і тому було запропоновано експериментальні інсталяції та живі виступи по всьому Буенос-Айресу, поєднуючи візуальне мистецтво, міські простори та місцеву історію. З 6 по 12 вересня 2018 року *Art Basel Cities Week* пропонував аргентинським і іноземним відвідувачам можливість відкрити для себе культурне життя міста через публічне мистецтво, спеціальні виставки та заходи [13, c. 92]. Такі проекти є важливими в залученні інвесторів до багатогранної мистецької культури тієї чи іншої країни, а також до зростання економічного потенціалу завдяки таким заходам, тобто розвитку туризму.

В 2020 році *Art Basel* відсвяткував 50-річчя свого заснування, але проведення ярмарку було відкладено через пандемію коронавірусу. Ярмарок мав відбутися на *Messe Basel* як завжди в червні, потім його було відкладено до вересня 2020 року, але згодом зовсім скасовано. Рішення про скасування шоу було прийнято після ґрунтовних консультацій з багатьма базельськими галеристами, колекціонерами, партнерами ярмарки, а також сторонніми експертами. Первинними міркуваннями були фундаментальні ризики для здоров’я та безпеки, пов’язані з пандемією, а також фінансові ризики для експонентів і партнерів. Дістатися ярмарки також заважали поточні перешкоди у міжнародних подорожах. Але *Art Basel* знайшов вихід зі скрутної ситуації з локдауном та відкрив цифрові платформи стримінгу *The Online Viewing Rooms for Art Basel*, де галереї показували роботи художників. Ця віртуальна платформа *Art Basel*, яка з’єднує провідні світові галереї з глобальною мережею колекціонерів та ентузіастів мистецтва, працює в дні проведення ярмарку з 2020 року і по сьогодні. В *The Online Viewing Rooms* представлено тисячі робіт художників з усього світу [21].

В 2021 році ярмарок все ж відбувся, але знову не у звичні дні червня, а у вересні після зняття деяких обмежень в звʼязку з пандемією коронавірусу, а також введення вакцинації.

2022 року шоу в Базелі повернулось до своїх традиційних дат у червні. У випуску *Art Basel* 2022 року взяли участь 289 провідних галерей з усього світу, які представили широкий спектр робіт: від рідкісних історичних шедеврів до новинок сучасного мистецтва. Також на ярмарку було представлено 70 великомасштабних творів мистецтва в *Unlimited* та 20 проектів у *Parcours*.

В 2023 році в *Art Basel* прийняли участь 284 галереї з 36 країн. Ярмарок зареєстрував близько 82000 відвідувачів, що на понад 10000 більше, ніж роком раніше, що ще раз підтвердило репутацію ярмарка як головної події в міжнародному світі мистецтва [73].

**Висновки до розділу 2.** На сьогоднішній день *Art Basel* продовжує розвиватись та розширюватись географічно, підтверджуючи за собою місце провідного ярмарку сучасного мистецтва. Як інституція *Art Basel* – це місце, де люди можуть отримати щедрі зарплати, під час проведення якого зростає економічна привабливість регіону, розвивається культура та туризм. Як виставкова платформа *Art Basel* пропонує далекосяжні засоби комунікації, культурообмін, інвесторську привабливість та інтенсивну виставкову діяльність. Насичена тижнева програма ярмарку та пропоновані експозиції сприяли зацікавленню сучасним мистецтвом все більшої кількості людей. Динамічний розвиток сучасного мистецтва активізував широкі верстви населення, перетворив багатьох спостерігачів на зацікавлених учасників мистецького життя, колекціонерів і потенційних колекціонерів. Цей розвиток означає, що пропозиція сучасного мистецтва більше не надходить виключно з виставкових установ і галерей. Широка громадськість і колекціонери можуть отримати чудовий і необхідний огляд того, що пропонує ринок мистецтва.

**РОЗДІЛ 3.ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ МИСТЕЦТВА ОСТАННІХ РОКІВ У** **КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО ЯРМАРКУ *ART BASEL***

**3.1. Аналітичний огляд ринку мистецтва**

Мистецькі ярмарки чуттєві до економічної, соціальної та політичної ситуації в світі. З епідемією коронавірусу число ярмарок різко впало до 133 у 2020 році, на відміну від максимуму в 408 у 2019 році. Ці події заохотили мистецький світ шукати інших шляхів збуту творів [31, c. 56]. Так, *Art Basel* в 2020 році через відміну фізичного проведення ярмарку запровадив *The Online Viewing Rooms*, цифрові платформи, де галереї виставляли твори митців, а колекціонери могли з ними ознайомитись [21]. Зміни спонукають людство пристосуватись до нового часу, змінювати свою звичну поведінку та ризикувати в нових умовах устрою.

Пандемія змусила галереї, аукціони і в тому числі мистецькі ярмарки перейти в інтернет, також ця практика розвинула та надала зовсім нового напрямку в мистецтві – *NFT*. Мистецтво, засноване на *NFT*, приголомшливо вийшло на ринок у березні 2021 року з цифровим коллажем *Beeple Everydays: The First 5000 Days* Майка Вількельманна, який був проданий на *Christie's* у Нью-Йорку за 69,3 мільйона доларів, що зробило художника третім, найприбутковішим живим художником, твір якого було продано на аукціоні. Роботи створені токенами, продовжували змінювати ринок протягом місяців, і така тенденція продовжувалась до кінця 2021 року [21].

Але не пандемія, не віртуальний світ, як показала практика, не змусили людство повністю відмовитись від живого спілкування, тому після зняття всіх обмежень почався жвавий зріст в особистих покупках мистецтва, що відзначилось стрімким відновленням роботи всіх площадок купівлі та продажу мистецтва, включаючи міжнародні мистецькі ярмарки. У випуску *Art Basel* 2022 року, який повернувся до червневого розкладу вперше після початку пандемії на початку 2020 року, було представлено 289 провідних міжнародних галерей із 40 країн і територій. Серед них було 19 учасників, які вперше взяли участь, зокрема: *Jahmek Contemporary Art* з Луанди, OH *Gallery* з Дакара, Галерея *Athr* з виставковими просторами в Дірії, Аль-Улі та Джидді, *Proyectos Ultravioleta* з міста Гватемала, Едуард Монтасю з Парижа, Веда з Флоренції, *Ceysson & Bénétière* з приміщеннями в Парижі, Ліоні, Сент-Етьєні, Керіху та Нью-Йорку, Маріан Ібрагім з приміщеннями в Чикаго та Парижі, *Galerie Maria Bernheim* з приміщеннями в Цюріху та Лондоні та Іван Галерея з Бухареста [68]. 2022 року були присутні провідні приватні колекціонери з усієї Європи, Америки, Близького Сходу та Африки, а також куратори та представники понад 300 музеїв та установ, зокрема: *The Bass* (Майямі-Біч), *Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea* (Центр Помпіду, Париж), Музей мистецтв Далласа; *ICA* (Майямі), *La Kunsthalle Mulhouse, Kunsthal Rotterdam*, Художній музей округу Лос-Анджелес, Метрополітен-музей (Нью-Йорк), Музей сучасного мистецтва (Нью-Йорк), Національна галерея Сінгапуру, Національний музей (Осло), *Neue Nationalgalerie* (Берлін), *Palais de Tokyo* (Париж), Музей сучасного мистецтва (Сан-Франциско), *Serpentine Galleries* (Лондон), Музей Соломона Р. Гуггенхайма (Нью-Йорк), Музей Штеделя (Франкфурт), Швейцарський інститут (Нью-Йорк), Тейт (Лондон), Фонд Тейт Америкас (Нью-Йорк), *Walker Art Center* (Міннеаполіс), Музей американського мистецтва Вітні (Нью-Йорк), і *Zachęta* - Національна галерея мистецтва (Варшава) [76]. Тобто провідні музейні інституції та мистецькі заклади виявили ініціативу бути присутніми в живому культурно-комерційному обміні мистецтвом, не дивлячись на вражаючі технологічні досягнення цифрового контенту мистецтва. Ця тенденція є дуже важливою в сучасному світі.

За даними *Art Market* 2023 для закупівлі колекціонерами мистецтва найбільш широко використовувалися дилери: 86% колекціонерів придбали у дилера у 2023 році. Більшість колекціонерів та дилерів (58%) зробили покупку на мистецькому ярмарку. Цей показник був нижчим за показник 2022 року (74%), але все ще вище за показник 2021 року (54%). Аукціони були наступним найбільш широко використовуваним каналом продажу для колекціонерів [30].

Згідно звіту *Art Market* 2023, який підготувала доктор Клер МакЕндрю, колекціонери повідомили, що у 2023 році вони відвідали 32 події, пов’язані з мистецтвом – виставок галерей, відвідувань художніх студій, бієнале, великих фестивалів образотворчого мистецтва, живих аукціонів та в тому числі мистецьких ярмарків. Заглядаючи вперед, у 2024 році більшість колекціонерів (92%) планували продовжувати відвідувати виставки, пов’язані з мистецтвом, кількість подій була такою ж (43%), або більше, ніж у 2023 році (49%) [30].

Згідно *The Art Market Report*, ринок мистецтва в цілому розширювався за постковідні роки, незважаючи на нестабільність економіки в цілому. Проте більш пильний погляд показує неоднозначну картину: у той час як більші дилерські сегменти зростали, продажі найменших дилерів і багато частин аукціонного ринку скоротилися. Загалом ринок зріс на 3%, а завдяки збільшенню дилерських продажів на 7% у порівнянні з минулим роком, відновивши ринок до його вартості до пандемії в 2019 році для цього сектора. Це стало каталізатором циклу мистецьких ярмарків, відкриттів галерей і аукціонів, який відновив свій звичайний ритм роботи [30].

2022 рік ознаменувався кількома захоплюючими подіями для *Art Basel* – це запуск *Paris+ par Art Basel* у жовтні та 20-річчя шоу в Маямі-Біч у грудні [23]. Це успішне закінчення року підкреслило відродження бажання подорожувати за кордон, та особистого споглядання мистецтва ентузіастами. Відповідно до цього, галереї повідомили, що в 2023 році 35% доходу від їхнього бізнесу отримано від участі у ярмарках, порівняно з 27% у 2021 році, але нижче рівня до пандемії, що вказує на наявність потенціалу для подальшого розвитку [30].

Заможні колекціонери, опитані минулого року компанією *Arts Economics* у співпраці з *UBS Investor Watch*, залишаються оптимістичними щодо ринку. Вони витратили у 2022 році більше, ніж до пандемії, 77% з них очікує, що ринок зросте і більшість збирається купувати мистецтво в 2023 році. Макроекономічна нестабільність є домінуючою темою в сучасному світі, але дані показують нам стійкий ринок мистецтва, який підтримується заможними колекціонерами, на високому рівні. Глобальна економічна криза носить інший характер, багаті люди не стали біднішими за останні 3 роки і вони так само купують мистецтво як і раніше [23]. Цікавим спостереженням доктора Клер МакЕндрю – серед покупців мистецтва на ринку активними гравцями є міленіали, їхні колекції зростають, вони цікавляться новими тенденціями, особливо діджітал арт [30].

2022 рік розпочався оптимістично, але політичні та економічні тенденції, зокрема війна в Україні, стрімке зростання рівня інфляції, підвищення процентних ставок, блокування Китаю через *COVID*-19 та загрозлива рецесія на ключових ринках, таких як США, спричинили невизначеність і неможливість прорахування прогнозів. Зрештою 2022 та 2023 роки, не дивлячись на ці несприятливі прогнози показали ріст на арт ринку, тобто тенденція до зростання продажів продовжилася останні 2 роки. У той же час у кожному з різноманітних сегментів ринку показники діяльності компаній були різними. Як це зазвичай буває в часи невизначеності, найвищий сегмент ринку постраждав менше, а заможні покупці зупинялися на найвідоміших художниках і роботах, яких вони сприймаються, як менш ризиковані інвестиції [30].

На 2024 рік більшість прогнозів свідчать про уповільнення економічного зростання, а з цього випливає і уповільнення зростання ринку мистецтва, через боротьбу з інфляцією і знов ж таки через вплив війни Росії в Україні. Уповільнення, швидше за все, матиме більш виражений вплив на розвинені економіки, включаючи ключовий ринок США. Але, аналізуючи минулий рік, коли криза вже розпочалася, можна зазначити, що індивідуальні багаті колекціонери не схильні до рецесії і продовжують купувати витвори мистецтва [50].

За показниками, які вивела за 2023 рік доктор Клер МакЕндрю, глобальна торгівля мистецтвом зростала. Після найвищого світового імпорту мистецтва (30,7 мільярда доларів США) та експорту (33,4 мільярда доларів США) у 2022 році, у першому кварталі 2023 року приплив на численні міжнародні арт-ринки збільшився двозначним числом. У Гонконгу імпорт зріс на 50%, у Великобританії на 38%, у США на 15% за вартістю. У першій половині 2023 року середні витрати колекціонерів на купівлю мистецтва становили 65000 доларів США [30].

Незважаючи на успіхи, якими роками поспіль закривали продажі аукціонні ринки, в 2023 вони відставали в порівнянні з минулим роком, загальні продажі *Christie’s, Sotheby’s, Phillips* і *Bonhams* впали на 16%. Цифри все одно були більшими, ніж у 2019 році (за рік до вибуху пандемії). І це при тому, що аукціони одні з перших, ще до пандемії ввели онлайн продажі, що здавалось привабливим способом купівлі мистецтва, який набрав популярності серед галерей і дилерів підчас і після пандемії [30].

Полотно залишається найпривабливішим об’єктом зацікавленості колекціонерів. 58% їхніх витрат припадало на картини, а на другому місці – роботи на папері – 13%. Картини особливо бажані серед колекціонерів материкового Китаю [30].

Інтерес до придбання цифрових творів мистецтва впав. Ця категорія включає *NFT*, або незамінні токени, які захопили світ мистецтва штурмом під час пандемії, але потім втратили у популярності. З 2022 по 2023 рік відсоток цифрового мистецтва в фондах колекціонерів впав майже вдвічі, з 15% до лише 8%. Це стало частиною значного уповільнення колекціонування цифрового мистецтва: у 2023 році на цю категорію припадає лише 3% витрат колекціонерів [30].

2023 рік був насиченим для кожного покоління колекціонерів мистецтва – від двадцятирічних, які хотіли розщедритися на *NFT*, до людей старше 60, які витрачали семизначну суму на аукціоні. У 2023 році колекціонери покоління *X* (вікова група 1965-80 рр. народження) випередили своїх молодших колег у витратах. На картини покоління *X* витратило в середньому 145000 доларів США, у порівнянні зі 108000 доларів США у мілленіалів. Міленіали купляли більше скульптуру, інсталяції, фотографію, кіно та відеомистецтво. З огляду на те, що ринок зараз відвідують такі різноманітні вікові групи, галереї повинні адаптуватися, щоб зацікавити як нових, так і відомих колекціонерів мистецтва. За даними *Art Basel*, 72% колекціонерів покоління *Z* (тобто 20-річні) вважають за краще купувати твори мистецтва онлайн, або телефоном/електронною поштою, а 54% з них стверджували, що регулярно купують витвори мистецтва, не побачивши їх особисто. Більше того, покоління *Z* — це покоління, яке, швидше за все, використовує онлайн-платформи, а не галереї, купуючи *NFT* та інші форми цифрового мистецтва, що підкреслює їхню готовність купувати роботи онлайн. Тому для галерей важливо визначити пріоритети своєї присутності в соціальних мережах, виділяючи певних художників або організовуючи онлайн-виставки, які збігаються з великими мистецькими подіями [18].

Як показує звіт, незважаючи на зростання процентних ставок, колекціонери, купуючи мистецтво, беруть кредит. 45% колекціонерів позичають гроші для фінансування своїх арт-покупок. Майже третина (30%) зробили це в 2022 і 2023 роках, коли ставки зросли. Ті, хто використовував позиковий капітал, фінансували ним у середньому 29% своїх витрат [33].

Частка колекціонерів, які переважно зосереджені на колекціонуванні творів вартістю від 1 млн доларів США, у 2023 році була нижчою, ніж у 2022 році та попередніх роках. У 2023 році колекціонери виділили 19% свого інвестиційного портфеля на мистецтво, що менше, ніж у 2022 році, коли розподілення мистецтва досягло піку в 24%. Чим заможніший колекціонер, тим більше він віддає мистецтву. Колекціонери, які мають активи менше 5 мільйонів доларів США, присвятили мистецтву в середньому 15% своїх статків, тоді як ті, хто має статки понад 50 мільйонів доларів США, приділили мистецтву майже 30% [33].

Незважаючи на зростання інфляції, заворушення у фінансовому секторі та війну в Європі, 77% колекціонерів висловили оптимізм щодо роботи ринку мистецтва протягом наступних шести місяців, трохи більше, ніж були оптимістично налаштовані щодо фондового ринку (74%) [30].

Більше половини опитаних колекціонерів планували купувати мистецтво в наступному році, це така сама цифра (54%), як і рік тому. Колекціонери з материкового Китаю особливо віддані купівлі предметів мистецтва: 68% планують це зробити. Переважна більшість колекціонерів у Японії, Бразилії та Італії мали подібні плани [30].

Лише 26% колекціонерів планували продавати роботи зі своєї колекції протягом наступних 12 місяців, порівняно з 39% у 2022 році. Більшість респондентів заявили, що планують відкласти продажі через впевненість, що ціна на твори мистецтва в їхніх колекціях зростатиме [30].

Три країни, які очолюють арт ринок, – це США, Великобританія та Китай. Вони складають приблизно 80% світового ринку мистецтва. Франція займає віддалене четверте місце з 8% часткою світового ринку, на 9% нижче Китаю [30].

Підсумовуючи, можна зазначити, що арт ринок майже повністю відновився після пандемії і досяг, а в деяких сегментах і перевищив доковідні показники. Щодо обʼєкту, який досліджується в даній роботі, тобто ярмарки мистецтва, то вони повністю відновилися після пандемії *COVID*-19, і галереї, опитані у звіті, у середньому брали участь у такій самій кількості ярмарків, як і у 2019 році. Минулого року було проведено 346 подій у прямому ефірі, що на третину більше порівняно з 2021 року, але все одно на 62 ярмарки менше, ніж у 2019 році. Галереї, обіг яких перевищує 10 мільйонів доларів США щорічно, становлять 40% продажів на ярмарках, у порівнянні з 27% у компаній з обігом від 250 до 500 000 доларів США. Одним із виразних мінусів є зростання витрат на участь у ярмарку. Деякі дилери зазначили, що вони витрачали на ярмарки та пов’язані з ними витрати щонайменше на 15–20% більше порівняно з періодом до пандемії.

Трохи більше половини (51%) дилерів сказали, що передбачають зростання продажів на арт-ярмарках (порівняно з 65%, які відповіли ствердно у 2021 році), а 13% очікують зниження. Не дивно, що дилери з оборотом 10 мільйонів доларів США або більше планують взяти участь у більшій кількості ярмарків у 2023 році, ніж будь-який інший сегмент, і вони також мають найпозитивніші перспективи: 88% прогнозують, що їхні продажі на арт-ярмарках зростуть у 2023 році [27].

2022 і 2023 роки були роками, коли більшість мистецьких ярмарків знову відкрилися для колекціонерів, які прагнули подорожувати після пандемії. Прогнози про те, що майбутнє мистецьких ярмарків опинилося під загрозою після *COVID*-19, були спростовані: згідно зі звітом *UBS* та *Art Basel The Art Market* 2023, очікується, що у 2024 році буде 377 ярмарків, що є незначним зниженням порівняно з максимумом до пандемії (408 у 2023 році) [30].

Незважаючи на інфляцію, нестабільне положення в світі, збільшення витрат на участь в ярмарку, показники свідчать про заохочення людей до живого спілкування та особистого ознайомлення з предметами продажу на ярмарку.

**3.2. Вивчення уподобань та поведінки колекціонерів на останніх ярмарках *Art Basel***

Як показують звіти міжнародних впливових мереж таких як *Art Market Report Art Basel*, який підготувала доктор Клер МакЕндрю, та звіт *Art Collector Insights* (дослідницький звіт *Artsy* про поточний стан колекціонування мистецтва), колекціонери купили стільки ж або більше творів мистецтва в 2023 році, як і минулого року [70].

Опитування колекціонерів для звіту показало, що купують мистецтво вони заради того щоб зібрати власну колекцію (64%), наступними в категорії йдуть ті, які хотіли б декорувати будинки чи інші приміщення предметами мистецтва (62%), далі ті, хто бажають підтримати художників (52%) та останні просто купують для натхнення (50%) [70].

38% респондентів заявили, що купують мистецтво як інвестицію [70]. Такий показник можна пояснити популярністю мистецтва як стабільного альтернативного класу активів у часи економічної нестабільності.

За видами образотворчого мистецтва переважають покупки живопису – це 94%, потім йдуть гравюри (56%), скульптура та кераміка (57%) і фотографія (43%) [18].

Найчастіше колекціонерів приваблює абстрактне мистецтво, так, за звітом їм цікавляться 50% опитаних колекціонерів, далі йдуть експресивні фігуративні роботи (34%), реалістичні фігуративні роботи (22%) та сюрреалізм (17%) [18].

Але аналітичні дані щодо переваги живопису у купівлях серед колекціонерів йдуть в розріз з останнім випуском *Art Basel* 2023, де сама найдорожча продана робота була бронзова скульптура павука Луїзи Буржуа 1996 року за 22,5 мільйона доларів [Іл.1]. Скульптуру продала галерея *Hauser & Wirth* на *Art Basel* 2023, яка була лідером з точки зору продажів серед 284 галерей, що брали участь у ярмарку. *Hauser & Wirth* продала понад 45 робіт лише за перші два дні. Серед інших робіт окрім Луїзи Буржуа визначились продажі таких робіт, як «Чотири голови» Філіпа Гастона (1975) за 9,5 мільйонів доларів, «Фігури в саду» Джорджа Кондо (2009) за 5,5 мільйонів доларів, «Золоті простори» Джека Віттена (1971) за 3,2 мільйона доларів, «Сірий рух» Еда Кларка (2008) за 1,5 мільйона доларів, Марка Бредфорда 2000 *Acres Listed* (2023) за 3,5 мільйона доларів, «Незнайомець №95» Гленна Лігона (2023) за 2 мільйони доларів, «Справжні кольори» Рашида Джонсона (2022) за 975 000 доларів [45].

Важливо сказати, що це вже другий рік поспіль галерея *Hauser & Wirth* побила рекорд продажу одного й того ж митця – Луїз Буржуа, в 2022 році її скульптура «Павук» (1996) була продана за 40 мільйонів доларів [59]. Серія робіт «Павук» Луїзи Буржуа вважається твором музейного рівня, тому не дивно, що колекціонери витрачають такі суми на витвір мистецтва.

Зазвичай колекціонери, які витрачають на покупку більше мільйона доларів, купують у галерей зі світовим ім’ям. До таких також можна віднести галерею Pace, яка також два роки підряд робить низку масштабних продажів. В 2023 році це були роботи Джоан Мітчелл 1963 року за ціною 14 мільйонів доларів (*Artnews* повідомило, що робота була продана на другий день ярмарку, хоча галерея не надає дані фактичної ціни продажу) [38]. Серед інших значних продажів Pace: дві скульптури Олександра Колдера — «Без назви» (1976) і «Колобок» (1971), які були продані за 2,5 мільйона доларів і 1,5 мільйона доларів відповідно; «Прометеєва весна» Найджела Кука (2023) за 425 000 доларів та робота маслом на льоні Марини Перес Сімао без назви 2023 року за 195 000 доларів. В 2022 році галерея Pace також найдорожче продала роботу Джоан Мітчелл «Бержері» (1961–62), за 16,5 мільйонів доларів, але й продали діджітал арт – кілька популярних *NFT* Джеффа Кунса про фазу місяця, які продавалися по 2 мільйони доларів за кожну [38].

*Art Basel* 2023 закінчився топовими продажами і інших галерей і також семизначними показниками продажів. Галерея *Di Donna* продала картину Пауля Клеє десь за 3–4 мільйони доларів, *Xavier Hufkens* продав скляну скульптуру з двох частин Роні Горна приблизно за 2,5 мільйона доларів, а важливу скульптуру з тканини Буржуа за 2–2,5 мільйона доларів, *Cardi Gallery* продала виріб Дональда Джадда зі сталі та оргскла за 1,1 мільйона доларів, *Gladstone Gallery* продала картину Алекса Каца за 1,1 мільйона доларів, *Goodman Gallery* продала картину Ель Анацуї «Без назви (синій)» (2023) за 1,9 мільйона доларів, галерея *David Kordansky* продала картину Джонаса Вуда «*Interior with L.A. Landscapes*» (2022) за 2,5 мільйона доларів. Галерея *David Zwirner* потрапила у заголовки газет у перший день ярмарку після того, як галерея зазначила в прес-релізі, що в майбутньому вона буде ділитися продажами лише для робіт на первинному ринку. Тим не менш, було здійснено низку великих угод на ярмарку, на чолі з портретом Еліс Ніл «Едді» 1968 року, який був проданий за 2,8 мільйона доларів. Бельгійська галерея *Almine Rech* продала роботу Пабло Пікассо 1968 року за ціною від 3 до 3,5 мільйонів доларів [45].

Не дивлячись на те, що рекорди продажів б’ють роботи всесвітньо відомих митців, яким може бути не один десяток років, як показали підрахунки в кінці проведення ярмарку, галереї-дебютанти з молодими митцями також мали успіх. Великі й малі галереї скористались можливістю *Art Basel* 2023 представити нові імена в міжнародний світ мистецтва. У секторі *Statements*, присвяченому «сміливим сольним виступам митців-початківців з усього світу», було повідомлено про наступні помітні продажі: компанія *Hua International*, що базується в Пекіні та Берліні, продала роботу кульковою ручкою 2022 року роботи Гордона Холла за 17000 доларів колекціонеру в Мілані, Лісабонська галерея Madragoa продала друк Хайме Уелша на баритовому папері *Tullia* (*recto/verso*) (2023) за 22000 доларів до приватної колекції в Італії, *Paris’s sans titre* продав дерев’яну скульптуру Агнес Шерер «За винагороду та за гору» (2023) за 20 000–24 000 доларів США приватному фонду. Лондонська галерея *Soft Opening* продала два видання та відповідні роботи «витирання обличчя» за 22000 доларів США та 29000 доларів США за кожну, а також додаткову роботу «витирання обличчя» за 7000 доларів США з її сольної презентації канадського художника *Sin Wai Kin*. Художник був нагороджений щорічною премією *Baloise Art Prize* розміром 30000 швейцарських франків (33000 доларів США) разом зі *Sky Hopinka*. Премія *Baloise* надається комітетом *Art Basel* щороку, починаючи з 1999 року, це журі експертів з різних мистецьких дисциплін обирає двох художників, представлених у секторі *Art Basel*, присвяченому митцям-початківцям, *Statements* [45]. Роботи з творчості кожного з переможців також купує Baloise і дарує постійним колекціям провідних установ по всій Європі, включаючи Музей сучасного мистецтва у Франкфурті, *Hamburger Kunsthalle, mumok Wien* і *MUDAM Luxembourg*. Це чудовий шанс митцям-початківцям потрапити на міжнародну мистецьку арену. Переможці премії *Baloise Art Prize* обираються за силу та перспективність їхньої роботи, і *Baloise* надає кожному переможцю грошовий приз у розмірі 30000 швейцарських франків. І це не все, їхня підтримка є цілісною: організація також пропонує фінансування майбутніх персональних музейних виставок, які представляють роботи переможців, щоб сприяти мистецькому зростанню та розвитку. Галереї в секторі *Art Basel’s Statements* представляють новаторські сольні проекти митців-початківців. Мистецька премія *Baloise Art Prize* дає переможцям можливість продовжувати йти вперед.

І таку тенденцію до заохочення колекціонерів, як показує практика, мають дебютанти кожен рік. Колекціонери не нехтують новим, іноді їх цікавить ціла серія робіт певного нового художника. Ось, наприклад, в 2022 році *Galerie Christophe Gaillard* продала вісім картин ромсько-австрійської активістки та художниці Сейї Стойки, головним чином новим французьким і німецьким колекціонерам, усі за ціною від 40000 до 70000 євро. Це говорить про те, колекціонери не тільки не женуться за яскравими іменами, а і що мистецькі ярмарки залишаються точками відкриття нових митців, визнання талантів, які розглядаються в новому світлі [45].

Опитані, впливові колекціонери визнають, що серед великої кількості міжнародних мистецьких ярмарок, *Art Basel* посідає перше місце. Про це свідчить публіка, яка відвідує ярмарку, престижні галереї, критики, паралельна програма. Існує планка, яку важко здолати іншим ярмаркам. *Art Basel* – це вже визнання і певна приреченість на успіх.

Колекціонери захоплюються як класичними визначними пропозиціями галерей та їхніх художників, так і новими талантами на *Liste Art Faire*. Наприклад, за особисті опитування впливового сайту *Artsy*, впливовий колекціонер Джованні Скарцелла, співзасновник *The Scarzella Collection* у своєму інтервʼю зазначив, що його увагу привернула робота Данила Галкіна із серії «Оптичні протези» 2022 [Іл. 2] з *Voloshyn Gallery*, українська галерея з Києва, яка представляла свій стенд на *Liste Art Fair* [40]. *Voloshyn Gallery* приймала участь у *Liste Art Faire* два роки поспіль. Ярмарок *Liste* проводиться недалеко від головного павільйону *Art Basel* і представляє більш концептуальні роботи, але які теж цікаві колекціонерам.

**3.3. Роль *Art Basel* та інших мистецьких ярмарків у кар’єрі митців**

*Art Basel* дуже престижний мистецький ярмарок, виставляючись на якому, як галереї, так і митці, можуть швидко стати популярними. За роки свого існування *Art Basel* перетворився на гігантську силу, яка вирізняється великими обсягами продажів мистецтва за високими цінами, проте це не зупиняє колекціонерів та поціновувачів мистецтва здійснювати покупки саме на ньому. Через незліченну кількість сателітних подій, які відбуваються паралельно з *Art Basel*, ярмарок став основою для розвитку культурного ландшафту світового мистецтва. Ярмарок також служить щорічним оглядом світу мистецтва, забезпечуючи розуміння ринкових і суспільних течій та перспектив певного року. Інакше кажучи, те що можна побачити на *Art Basel*, через певний час з’являється в широковідомих місцях – це можуть бути престижні готелі, покази мод або інші престижні публічні місця.

Наприклад, неонові текстові роботи британської художниці Трейсі Емін доволі часто виставляє брюсельська галерея *Xavier Hufkens* на *Art Basel*. Напис «*I want my time with you*» (Іл. 3) блакитними літерами на білій стіні стенду галереї на *Art Basel* у 2022 році вже відомий широкій аудиторії, оскільки він повторює той самий напис тільки рожевими літерами, який зустрічає пасажирів на лондонській станції на вокзалі Сан Панкрас (інсталяцію встановлено в 2018 році). Галерея *Xavier Hufkens* пропонувала роботи Трейсі Емін на *Art Basel* і раніше, в 2016 році, зокрема неонові написи та графічні зображення на папері, тому не випадково її роботи були помічені на мистецькій міжнародній арені. З початку 90-х років Трейсі Емін створила низку робіт, які охоплюють усі форми художнього вираження, включаючи живопис, гравюру, графіку, кіно, фотографію, інсталяції, аплікації, скульптуру та неоновий текст. Висока автобіографічність творчості Емін виділяє її серед загальних мистецьких тенденцій 1980-1990-х років. Художниця добре відома своїм відвертим, сповідальним стилем і перетворенням свого внутрішнього емоційного та психологічного світу — особистих переживань, спогадів і почуттів — у мистецтво, яке є інтимним і водночас глибоко універсальним. Трейсі Емін (нар. 1963, Лондон) живе і працює між Лондоном, Маргейтом і півднем Франції. Її робота на *Art Basel Miami Beach* в 2023 була продана за 1,5 млн доларів США [75].

Так само як і Трейсі Емін, ще одна художниця, яку представляла на *Art Basel* галерея *Xavier Hufkens*, стала впізнаваною через унікальність та оригінальність своїх робіт – це американська художниця Лінда Бенгліз. Її скульптури з бронзи, які повторюють органічні хвилеподібні форми метаморфоз застиглої матерії, що ніби розливається, стали популярними та бажаними як серед колекціонерів, так і в колах високої моди. На останньому показі мод осінь-зима 2024 іспанської преміум марки *Loewe* в Парижі, на подіумі було встановлено саме цю блискучу скульптуру Лінди Бенгліз [Іл. 4], яку запропонувала галерея *Xavier Hufkens* на *Art Basel* в 2022 році [Іл. 5], згодом скульптури цієї ж серії пропонувались на ярмарку в 2023 році вже галереєю *Pace*. Ці факти підтверджують не лише унікальність та оригінальність витвору мистецтва, а факт невід’ємної взаємоповʼязаності світу мистецтва зі світом високої моди. Лінда Бенгліс відома своєю творчістю, яка постійно кидає виклик історичним мистецтвам і технічним умовностям, ступаючи на новий експериментальний ґрунт. Керуючись винахідливим та дослідницьким підходом до фізичних та естетичних властивостей обраних нею матеріалів, вона працює в широкому діапазоні засобів, включаючи бджолиний віск, латекс, поліуретан, блиск, фарбу, що світиться, гіпс, метал, скло, порцеляну та папір. Зосереджуючись на скульптурі в якості основного фокусу, Бенгліс створює чисті, абстрактні роботи, які зазвичай надихають природні та органічні форми. Вона часто поєднує елементи візуальної спокусливості — світловідбиваючі чи блискучі поверхні, прозорість, яскраві відтінки — з нетиповими формами, кидаючи виклик взаємозв’язку між живописом і скульптурою та їхніми відповідними способами представлення. На *Art Basel Miami Beach* 2023 скульптури Лінди Бенгліс продались галереєю Pace за 250 тис. доларів США кожна [53].

Завдяки ярмаркам сучасного стала також афро-американська художниця Сімоне Лі. 6 галерей представляло її роботи на *Art Basel* в різні роки. Жіночі скульптури Сімон Лі стали маніфестом афро-американських жінок у всьому світі. Сімон Лі увійшла в історію на Венеціанському бієнале, представляючи Сполучені Штати у 2022 році, це зробило її першою темношкірою жінкою, яка коли-небудь виступила в павільйоні країни на найкращому мистецькому фестивалі світу. Незалежно від того, чи є її роботи у формі монументальних скульптур, перформансів, фільмів чи робіт з активістським виміром, чорношкірі жінки вже давно є її головними героями. У її скульптурах, форми чорношкірих жінок зливаються з глечиками та конічними конструкціями. Але навіть якщо вони прямо не зображують чорне жіноче тіло, її скульптури часто мають тілесні якості. Але її постаті приховують не тільки їхню психологію — вони також натякають на століття нерозказаної історії чорношкірого опору колоніалізму, расизму, сексизму та перевазі білої раси. Її мистецтво часто є дуже конкретним у своїх посиланнях. На її творчість вплинули мистецькі традиції Африки та африканської діаспори, що привертає увагу до невизнаної праці чорношкірих жінок. Створюючи масивні бронзові скульптури, вперше виготовлені з глини, Лі кидає виклик асоціації кераміки з жіночою працею та домашніми ремеслами. Галерея *Hauser & Wirth* розмістила роботи Лі за ціною від 110 тис до 250 тис доларів США та продала шестифутову скульптуру Las Meninas III (2020) [Іл. 6] з теракоти, сталі, рафії та порцеляни за 325 тис. доларів США під час онлайн-виходу *Art Basel* у Базелі в червні 2020 року. Сімона Лі здобула репутацію одного з найшанованіших і найуславленіших художників, а її характерні потужні та вишукані скульптури все частіше стають обов’язковими для багатьох колекціонерів вищого рівня та великих музеїв. Зараз художниця живе і працює в Брукліні (Нью-Йорк). Сьогодні роботи Лі входять до колекцій Музею Хаммера в Лос-Анджелесі, Музею Соломона Р. Гуггенхайма в Нью-Йорку та Смітсонівського американського художнього музею у Вашингтоні (округ Колумбія, США) тощо [37].

Роботи художника швейцарського походження Уго Рондіноне стали достатньо популярними завдяки *Art Basel*. Його мінімалістичні різнокольорові скульптури з каменю є постійними експозиціями міжнародних ярмарків. Відомі виставочні експонати Уго Рондіноне побудовані за принципами двох небесних сил світу природи: сонця та місяця. Подібно до циклу дня і ночі, ці два архетипи представляють суперечливі, взаємозалежні та взаємодоповнюючі цінності. Один із позолоченим, а інший із срібним листям, «сонце» (2018) і «місяць» (2021) встановлені паралельно одне одному на осі схід-захід, підкреслюючи реальний схід і захід їхніх титульних небесних тіл. Скульптури «Сонце» та «Місяць», заввишки понад шістнадцять футів, встановлені, щоб обрамляти краєвиди навколишніх гір у *Storm King Art Center* у Нью-Йорку [Іл. 7], а також в Нью Вінздорі та у великій масштабній експозиції в музеї історії мистецтв в Женеві [Іл. 8], вони повторюють твори, пропоновані на мистецькому ярмарку *Art Basel* та *Art Geneve* . Ці експозиції є дуже впізнаваними на мистецьких ярмарках і тепер прикрашають експозиції сучасних музеїв та парків [76].

Роботи японської художниці Чірару Шіота завдяки міжнародним мистецьким ярмаркам та виставкам привернули увагу Женевської гранд опери до її інсталяцій і запросили її створити декорації для опери Моцарта «Ідомоней», яка проходила в лютому 2024 року [Іл. 9]. Перед спектаклем, Женевська гранд опера зробила анонс колаборації з Чірару Шіота на міжнародній мистецькому ярмарку *Art Geneve* [Іл. 10], яка проходила з 25 по 28 січня 2024 року. Цей факт свідчить про те, що міжнародним ярмарком можуть задовольнятись не тільки комерційні інтереси певної галереї, але й маркетингові цілі різних громадських організацій. Інсталяції художниці являють собою натягнуті нитки, частіше черевного кольору, які обрамляють буденні речі, або просто вільно звисають зі стелі, утворюючи вражаючі динамічні експресивні декорації. Натхнення Шіоти часто виникає з особистого досвіду чи емоцій, які вона розширює до загальнолюдських проблем, таких як життя, смерть і стосунки. Вона переосмислила концепцію пам’яті та свідомості, збираючи звичайні предмети, такі як взуття, ключі, ліжка, стільці та сукні, і поглинаючи їх у величезні нитяні об’єкти. Зараз художниця японського походження живе і працює в Берліні. Її персональні виставки було проведено в різних місцях світу: Токіо, Лос-Анджелесі, Шанхаї, Вашингтоні. У 2015 році Чірару Шіота представляла Японію на Венеціанському бієнале [55].

Скульптури британського митця Баррі Фланагана вже давно підкорюють ринок мистецтва. Тільки на *Art Basel* в різні роки його скульптурні роботи представляло понад 6 міжнародних галерей, а на останньому випуску *Art Basel Miami Beach* його представляло 3 галереї: *Waddington Custot, Kasmin Gallery та Galerie Max Hetzler*. Фланаган вважає денне світло, місячне світло та інші світлові форми, а також звук і його відсутність такими ж невід’ємними для характеру скульптури, як вага та об’єм. Скульптор експериментував з матеріалами та досліджував їхні властивості, відкриваючи те, що можна не помітити. Він увібрав міфи та фольклор краю, пори року, зернові культури, тварини, земляні роботи, скелі та символи, такі як руни, — все це фігурує в його роботах. Його відома скульптура великого зайця-скакуна *Large Leaping Hare* (1982 р.) приваблює око колекціонерів та поцінувачів мистецтва. Скульптуру *Large Leaping Hare* можна побачити у відкритій колекції Ненсі А. Нешер і Девіда Дж. Хемізеггера в Далласі, а також в колекції саду скульптур Музею мистецтв Толедо. Саме цю скульптуру Баррі Фланагана разом з бронзовою абстрактною скульптурою «Кукурудза вгорі, дзеркальна» (англ. – *The Corn’s Up, Mirrored*») (2005 р.) було представлено на спеціальній виставці мистецької ярмарки *Artgenève* в 2023 в швейцарському місті Женева [Іл. 11]. Дуже часто іншу схожу за тематикою скульптуру автора «Гостинність» (англ. – *Hospitality*) (1990 р.) обирають для прикрашання садів заміських ексклюзивних готелів. Це велика бронзова скульптура зайця, що простягається в стрибку. Робота сповнена динамізму та ефектності через симбіоз з навколишнім природним ландшафтом, тому не дивно, чому саме її обирають для декорування саду. Скульптура прикрашає виноградники ексклюзивного готелю-виноробні *Chateau Smith Haut Lafitte* в Бордо (Франція) [Іл. 12], художня колекцію музею Уцуномія та колекцію готелю Каваякі в Японії, а також колекцію місцевої ради Кнокке-Хейст в Бельгії. Роботи Барі Фланагана розміщуються в приватних та публічних колекціях світу, а побачити та купити їх можна на відомих міжнародних мистецьких ярмарках [36].

Ще один художник, якого прославили його культові зображенням «КОХАННЯ» (англ. – *LOVE*), які з’явилися в різних засобах масової інформації, включаючи скульптури, гравюри та картини, і втілювали графічні, переважно текстові практики поп-арту – це американський художник Роберт Індіана. Упродовж своєї кар’єри Індіана змінив естетику американської реклами, гасел і комерційних логотипів у яскраві, скорочені роботи, які коментують національну ідентичність і силу мови. Індіана навчався в Школі Інституту мистецтв Чикаго, Школі живопису та скульптури Скоухеган у Мені та Единбурзькому коледжі мистецтв у Шотландії. Роботи Індіани були виставлені в Нью-Йорку, Лондоні, Парижі, Берліні, Токіо та Цюріху і належать до колекцій Музею сучасного мистецтва, Метрополітен-музею, Музею Стеделійк, Музею Хіршгорна та Сад скульптур і Музей мистецтв округу Лос-Анджелес. Його найвідоміша робота, скульптура з 4-х літер в 2 ряди є одним з найвпізнаваніших експонатів на мистецьких ярмарках та в колекціях музеїв та розкішних готелів (наприклад, готелю *La Reserve* в Женеві). Художник випустив спеціально для *Art Basel* в 1987 році рідкісний рекламний принт накладом 1000 екземплярів як один із рекламних матеріалів, із зображенням однієї з найвідомішої його роботи, «КОХАННЯ» (1970 р.) [Іл. 13]. Ця колаборація принесла додаткову популярність художнику, а використаний принт став найбажанішим тиражем серед колекціонерів та просто любителів мистецтва. Унікальні принти цієї тематики Роберта Індіани коштують від 12000 доларів, а скульптури продаються на аукціонах і коштують від 400000 доларів [51].

Загалом, якщо говорити про найбільш затребуваних митців і які мають найбільший попит на мистецьких ярмарках – це, безумовно всесвітньо відомі художники та скульптори, зокрема, Луіз Буржуа, Лучо Фонтана, Нікі де Сан Фалле, Алексанрд Кальдер, Фернандо Ботеро, Пабло Пікасо, Жан Дюбуфе. Провідні галереї завжди мають в своїх пропозиціях роботи таких митців, оскільки впливові колекціонери обирають самі мистецькі ярмарки для покупки робіт подібного рівня. Але згадані вище митці, які можливо не є ще визнаними у всьому світі, змогли здобути популярність, впізнаваність та комерційну вигоду саме від участі в міжнародних ярмарках сучасного мистецтва, зокрема, *Art Basel*, де їх відкривали та згодом купували гравці ринку мистецтва або поціновувачі мистецтва з усього світу. Так чи інакше, мистецький ярмарок – це найвпливовіша платформа заявити про себе, співпрацюючи з гарною галереєю, яка буде спонукати продажі робіт.

**Висновки до розділу 3.** Не дивлячись на економічні ризики та втрати, так як участь у ярмарку коштує недешево, галереї все одно вважають ярмарки найкращим місцем де можна зустріти колекціонера та заохотити нових клієнтів. Як показала практика, обмеження діяльності і спілкування, перехід їх онлайн, що було спричинено пандемією коронавірусу, був лише тимчасовим явищем. Жива комунікація повернулась, люди прагнули особистого спілкування віч-на-віч, через що робота мистецьких ярмарків станом на 2023 рік відновилася майже в повному обсязі до «доковідного» рівня за показниками обсягів продажів та кількості учасників та відвідувачів.

58% колекціонерів і дилерів купують мистецтво саме на міжнародних мистецьких ярмарках. Для колекціонера важлива комунікація та обізнаність в роботі галереї, історія представлених художників. Важливим фактором для них є вибір роботи, яка потенційно може нести в собі не просто комерційний інтерес, а значимість, тобто історічна вага або стратегічне спрямування на те, щоб стати музейний експонатом в майбутньому – саме такі роботи і представляються на *Art Basel*. Саме тому галереї прагнуть потрапити на *Art Basel*, намагаючись відповідати цілій низці критеріїв вибіркової комісії ярмарку. *Art Basel* також є ідеальним місцем для презентації та презентації художників, успіх яких в рамках ярмарку багатою мірою від унікальності власної манери та професійних діях галереї, з якою він співпрацює.

**РОЗДІЛ 4.**

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИХОДУ ГАЛЕРЕЙ НА МІЖНАРОДНИЙ ЯРМАРОК *ART BASEL*. ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ ГАЛЕРЕЙ**

**4.1. «Дорожня карта» виходу на *Art Basel***

Згідно правил, встановлених організаторам *Art Basel*, брати участь у ярмарку можуть лише комерційні художні галереї, які демонструють сучасне мистецтво. Ані художники, ані інші інституції не можуть подати заявку на *Art Basel*, тобто на цьому ярмарку неможливо виставлятись поза межами галереї. Для комерційної галереї отримання місця експонента на одному з ярмарків *Art Basel* може кардинально змінити ситуацію в майбутньому, адже в Базелі, Парижі, Маямі-Біч чи Гонконзі виставки об’єднують тисячі колекціонерів, художників, представників культурних установ і шанувальників мистецтва, забезпечуючи значну експозицію для галерей-учасників та можливість їх визнання.

Проте бажання галерей бути учасником *Art Basel* часто не можу бути реалізованим перш за все через високу вартість участі у цьому ярмарку. За останніми даними з офіційного сайту *Art Basel*, вартість участі в секторі *Galleries* коливається від 872 до 1066 доларів США за квадратний метр залежно від розміру стенду. Участь у секторі *Discoveries* коштує 12500 доларів США за стенд (фіксована ставка), участь у секторі *Insights* – 369000 доларів США або 46000 доларів США за стенд (фіксована ставка) залежно від розміру (стандартного чи великого відповідно). Пакет участі включає: стіни по периметру, пофарбовані в білий колір, для секторів *Discoveries* і *Insights* надається безкоштовне освітлення відповідно до пакету, безкоштовний *Wi-Fi* лише для експонентів, включення в усі відповідні рекламні матеріали, низка *VIP*-призначень і запрошень, маркетинг і зв'язки з громадськістю здійснюються компанією *Art Basel*, набір значків експонента та значків встановлення, вивіска на стенді, участь в *Online Viewing Rooms* (базовий пакет). Остання послуга є дуже корисною, оскільки дозволяє знайомитися з галереєю та її художниками як наживо, так і онлайн, що особливо важливо для тих, хто не має можливості бути фізично присутнім на ярмарку, але може слідкувати за ходом його проведення дистанційно через *Online Viewing Rooms* [60].

Ті галеристи, які готові заплатити внесок, заповнюють та подають свої заявки. Відбіркова комісія *Art Basel*, що складається з їхніх колег, (таких комітетів чотири, по одному для кожного ярмарку), розглядає їх під час спеціальних зустрічей, які можуть тривати до чотирьох днів. Відбіркові комісії *Art Basel* складаються з видатних галеристів, які працюють на ярмарку не один рік, а зазвичай це багаторічні партнери. Відбірковий комітет спирається на критерії, які залишаються послідовними з року в рік, щоб зробити остаточний вибір. Хоча однією з визначальних якостей *Art Basel* є різноманітність представлених галерей – як з точки зору їхнього географічного розташування на багатьох ринках, так і з огляду на широту представлених митців і демонстрованих творів мистецтва – певні професійні стандарти є фундаментальними, такими, що вони втілюють основні цінності ринку мистецтва. Система критеріїв та вимогливості проведення ярмарку *Art Basel* немає рівних.

Згідно «Принципам та найкращим практикам *Art Basel Art Market*», який запропонований організаторами *Art Basel*, можна виділити низку головних критеріїв, яким мають відповідати галереї, щоб отримати шанс бути прийнятими до участі у ярмарку комітетом *Art Basel* під час відбору експонентів:

1. Переслідуючи власні комерційні інтереси, галереї також повинні діяти в інтересах своїх митців (дійсно, без митців і роботи, яку вони роблять, не було б світу мистецтва, а тим більше мистецьких ярмарків).
2. Експоненти повинні проявляти належну обачність у встановленні походження та автентичності робіт, які вони пропонують на продаж, і не приймати на консигнацію та не продавати будь-які твори мистецтва, про які вони знають або мають обґрунтовану підозру, що вони можуть бути викраденими, незаконно експортованими, неавтентичними тощо.
3. Експоненти мають продавати роботи лише тоді, коли, наскільки їм відомо, художник і відправник мають чітке право власності на роботи.
4. Після продажу роботи експоненти повинні надати покупцеві письмовий рахунок-фактуру, що містить опис і зображення роботи, особу художника, розміри та носії роботи, ціну продажу, особу покупця та будь-які інші дані, пов'язані з цією операцією.
5. Якщо експоненти приймають оплату готівкою за твори мистецтва чи послуги, вони повинні робити це відповідно до всіх застосованих законів і правил.
6. Учасники виставки повинні дотримуватися всіх діючих законів у країні або країнах, де вони ведуть бізнес, включаючи закони, що регулюють підробку творів мистецтва та походження, вивезення культурних цінностей. Дотримуватися швейцарських законів також дуже важливо під час участі в *Art Basel*, оскільки вони є дуже суворими та не підлягають оскарженню [14].

Ярмарки *Art Basel* поділяються на різні виставкові сектори, кожен з яких має власний напрямок, і галереї можуть подати заявку на участь у кількох секторах на кожному ярмарку. Так звані проектні сектори мають певні особливі передумови та правила. Наприклад, сектор *Art Basel Miami Beach Positions* зосереджується на сольних презентаціях одного митця-початківця. Ця сегментація ефективно створює підібрані тематичні зони на виставковому майданчику. Для галерей сектори на основі проекту можуть функціонувати як точки входу: у Базелі галереї часто спочатку з’являються в *Statements and Features*; у Парижі – у *Galeries Émergentes*, а в Гонконзі – у *Insights and Discoveries*. Маямі-Біч має також сектори *Nova* (зосереджується на останніх роботах максимум трьох художників) і *Survey* (проливає світло на історичні відкриття) [26].

Після того як галерею обрали і вона сплатила внесок, вона має кілька місяців, щоб вдосконалити та скорегувати свою експозицію. Потрібно дотримуватися прийнятих пропозицій творів художників, які ви подаєте з документами на участь, але конкретні твори мистецтва можуть змінюватися, оскільки багато художників створюють нові твори спеціально для ярмарків. Важливо будувати експозицію і висвітлювати роботи так, щоб привернути увагу потенційних покупців або зацікавлених поціновувачів мистецтва, які будуть прогулювалися повз виставкового майданчика. Яскравим прикладом того, як привернути увагу саме місцем експозиції, є робота українського художника Н. Кадана на міжнародному ярмарку *Art Geneve* в січні 2024 року. Робота була запропонована віденською галереєю *Christine König Galerie* і була виставлена чітко навпроти головного входу до майданчику, де знаходяться всі стенди. Робота являє собою великі чорними літерами напис «МИР» [Іл.14], на чорно-білому тлі. Великі букви одразу звертають на себе увагу, що змушує гостя пройти до стенду галереї.

Обов’язковим елементом перед участю на ярмарку, галереям та їхнім командам, важливо створити розголос про те, що вони будуть представляти. Для цього організовують зустрічі та вечері зі своїми клієнтами, публікують анонси в ЗМІ та соціальних мережах.

Наступним кроком є доставка фізичних творів мистецтва до *Art Basel*, що останніми роками стало більш рутинною процедурою через оптимізацію роботи професійних транспортувальників. Раніше, на початку існування ярмарку, галеристи самі пакували картини у багажник автомобіля і доставляли на місце, самі розвішували роботи, встановлювали світло, про це свідчать багато спогадів ветеранів *Art Basel*, але ці часи давно минули. Ярмарок став професійною комерційною платформою, з чітко встановленими нормами та правилами, всі послуги і проведення дуже удосконалились за 54 роки існування ярмарку, але галеристи іноді з ностальгією згадують ті часи, коли атмосфера була більш проста та невибаглива.

Коли ящики з роботами розміщені на місці й учасники виставки мають доступ до ярмарку, галеристи збирають свої стенди разом із працівниками ярмарку.

Коли ярмарок починає роботу, важливо залучити клієнтів до свого стенду. Тут важливу роль грає не тільки експозиція, але й відношення до потенційного покупця, а також елемент гри. Наприклад, дуже добре сприймається присутність художника біля своєї роботи, або невеличка передмова історії створення тієї чи іншої роботи, факти з життя та біографія художника.

При поданні заявки на *Art Basel* важливо правильно сформулювати ідею, яку галерея буде нести на ярмарку. До цього критерію організатори ставляться особливо прискіпливо, оскільки *Art Basel* позиціонує себе не лише як комерційну, а і як інтелектуальну платформу.

На *Art Basel* обмінюються думками і ідеями не тільки галеристи, колекціонери або арт-дилери. Це місце де мистецтво може творитися в реальному часі. Саме так сталося з художницею Колетт Люм’єр, яка з 1970-х років була першопроходицею та новатором вуличного мистецтва, інсталяції, перформансу, змішаної техніки, постановочної фотографії та живопису. У 1977 році Колетт Люм'єр була запрошена дилером Массімо Мініні виступити в його презентації на мистецькому ярмарку. Вона погодилася і протягом усього ярмарку спала на білій платформі в його кабінці в оточенні листівок із зображеннями сцен з її життя. Цей перформанс майже миттєво зробив художника міжнародною зіркою, і в 2023 році галерея *Company Gallery*, що приймала участь у *Art Basel*, повернулась до цього впливового моменту з презентацією, яка нагадує про це не з самою Колетт Люм’єр, а з силіконовим манекеном скульптури «Колетт» (створеною у співпраці з художницею Кайсою фон Цайпель), одягнений у корсет і оточений тканинними панелями з рюшами, які виготовлені та відреставровані з оригінальних експонатів 1970-х років. Завдяки серії листівок з оригінальної презентації, що оточувала стенд, інсталяція запропонувала шматочок історії *Art Basel* і надала глядачам шанс познайомитись з однією з найоригінальніших перформанс-художниць свого покоління [65].

Ще одним вагомим фактором, який може допомогти галереї досягти успіху на *Art Basel* – це залучення досвідченого арт-консультанта, людини, яка допомагає колекціонерам створювати мистецькі колекції та відкриває їм світ мистецтва. Консультант також допомагає з усіма аспектами мистецьких угод: страхуванням, демонстрацією, транспортуванням і митницею. На ярмарку *Art Basel* вони працюють, проводячи своїх клієнтів гамірними проходами, демонструючи попередньо відібрані роботи та представляючи нові галереї та художників. Тому вкрай важливо мати такі контакти, щоб бути поміченим серед колекціонерів або інших ентузіастів мистецтва, оскільки слово впливового арт-радника може стати наріжним каменем у виході на мистецьку сцену. Мистецькі консультанти стежать за тенденціями, виокремлюють нових цікавих художників, галерей, відфільтровують те, що клієнта може не цікавити. Тісні зв’язки консультантів із галереями збільшують шанси, що колекціонери, особливо новачки, будуть користуватися їхніми послугами, оскільки вони не обізнані у тенденціях ринку. Сенс мати арт-консультанта полягає в тому, щоб навчитися орієнтуватися у світі мистецтва і не допускати жахливих помилок. Чим довше консультант працює з клієнтом, тим більше він може знайти мистецтво, яке відповідає смакам клієнта, і, можливо, навіть підштовхнути його спробувати нового художника [25].

Дуже важливим неписаним правилом є обіди, організовані галереями та іноді клієнтами, вони займають вагоме місце в соціальному порядку денному. Цей древній спосіб комунікації ніколи не вийде з моди.

Для художників запрошення виставитися в Базелі, Парижі, Маямі-Біч або Гонконзі може бути важливою віхою, особливо на ранніх стадіях їхньої кар’єри. За словами Надім Самман, куратору берлінського Інституту сучасного мистецтва *KW,* показ на ярмарку *Art Basel* може сприяти створенню персонажа для митців, які перебувають на порозі більш широкого визнання [57]. За статистикою, художники, яких виставляють на *Art Basel* частіше отримують подальші запрошення на інші заходи.

**4.2. Українські митці на міжнародних мистецьких ярмарках**

Українські митці жваво прокладають собі шлях на міжнародні мистецькі ярмарки, в першу чергу, завдяки підтримці, яку вони отримали під час повномасштабної війни, яку розвʼязала росія 24 лютого 2022 року.

Після пандемії *COVID*-19, робота ярмарки *Art Basel* повноцінно відновилася тільки в червні 2022 року і тут же мистецький захід надав підтримку Україні. Згадки про Україну заполонили все швейцарське місто Базель на час проведення виставки. Виходячи за межі своєї виставкової платформи, *Art Basel* співпрацював з культурними закладами Базеля на підтримку України.

В червні 2022 року все місто Базель вітало гостей 11 масштабними фотографічними роботами українського художника Бориса Михайлова із серії «Спокуса смерті». Фото розміщувались на видних місцях: фасадах будівель і входах до культурних закладів Базеля. Борис Михайлов народився у Харкові 1938 року, зараз живе у Берліні. Його роботи включені до постійних експозицій Метрополітен-музею (Нью-Йорк), сучасної галереї Тейт (Лондон), Національного японського художнього музею (Осака) та інших музеїв сучасного мистецтва по всьому світу. Як фотограф, Борис Михайлов відомий своєю реалістичною фотографією, яка фіксувала життя радянської людини, без прикрас. Ці складені разом, методом порівняння фотографії, являють собою прямолінійне відображення радянського часу, підкреслюється сірими, понурими тонами. Серією фотографій «Спокуса смерті» (2019) Михайлов зафіксував спогади про минулу епоху. Ці роботи досліджують межі заборонених образів за радянських часів, демонструючи оптимізм щодо відродження незалежної України. «Спокуса смерті» Бориса Михайлова була представлена в Базелі в червні 2022 року під кураторством Бьорна Гельдгофа, художнього керівника *PinchukArtCentre* [66].

Того ж літа 2022 року ще один загальноміський арт-проект був представлений разом із кінопрограмою, куратором якої була керівник дослідницької платформи *PinchukArtCentre* Ксенія Малих. Програма щодня демонструвалась в Театрі Базель, де були представлені роботи Олександра Ройтбурда, учасника руху «Української нової хвилі», а також фільми молодого покоління українських художників під кураторством Марти Кірсенбаум у співпраці з Олександрою Погребняк та Дарією Шевцовою, молодшими кураторами *PinchukArtCentre*. Кіно- та відеосекцію представляли Дана Кавеліна, Ярема Малащук та Роман Хімей, Даніїл Ревковський, Андрій Рачинський, а також Відкрита група [66]. Всі вони створили фрагментарний портрет сьогоднішньої України, вивчаючи її через власне тіло, травми та уяву. *Art Basel* багато уваги приділяє відеомистецтву, можна сказати ярмарок був основоположником цього стилю в арт індустрії, тому участь українських митців цих засадах може бути гарним стартом розвитку українського кіно-мистецтва в майбутньому.

Раніше українські галереї не брали участі в *Art Basel* через високу вартість та складну процедуру відбору, але в 2022 році 2 українські галереї взяли участь в *Liste Art Fair* – ярмарку, який проводиться паралельно з *Art Basel* і розташовується територіально поряд з головним павільйоном. В солідарність з ситуацією в Україні, російські галереї *Fragment* та Osnova передали свої виставкові місця українським галереям *The naked room* та *Voloshyn gallery* на *Liste Art Faire Basel*, що проходила з 13 по 19 червня 2022 року [66]. Тобто українським галереям не довелося платити за участь у ярмарку. Крім того, низка східноєвропейських галерей транспортувала роботи українців за свій рахунок.

*Liste Art Faire* – це подія, що є дотичною до *Art Basel* і займає окрему локацію неподалік головних павільйонів. Як зазначалось в попередньому розділі, заснована в 1996 році, *Liste Art Faire* зазвичай орієнтується на молодих галереях та молодих художниках і спеціалізується в основному на контемпорарі арт. Дуже часто колекціонери навідуються на цей ярмарок, познайомитись з молодими митцями. Тому участь на *Liste Art Fair* дуже престижна та перспективна, дуже багато галерей починають саме з участі на *Liste Art Fair*, а потім переходять у головний павільйон *Art Basel*. Саме на цьому ярмарку молодих концептуальних митців і представили свої колекції *The naked room* та *Voloshyn gallery*.

*The Naked room* була заснована в 2018 році і виставлялась вперше в 2022 році на міжнародній виставці *Art Basel*. В експозиції було представлено праці трьох художників: К. Лисовенко, Л. Іванової та К. Бучацької. Окрім картин, експозиція включала ще й малюнки та левкаси. Роботи художниць викликали гучний інтерес серед гостей виставки та арт критиків. Експозиція включала роботи, які були створені ще до війни та вже під час неї, деякі з них мисткині писали вже в вимушеній евакуації в арт-резиденціях на Заході України, у Польщі та Австрії.

Як тільки виставка відчинилась, відразу було продано велику картину Люсі Іванової «Шкільна роздягальня» [Іл. 15]. Полотно виконане широким мазком та насичене яскравим колоритом дійсно приваблює око глядача та змушує зупинити погляд і спостерігати за, начебто, рутинною подією в роздягальні. Змиті фігури надають полотну особливої чуттєвості, мелодійності та своєрідної вібрації. Складається враження ніби зараз всі фігури зʼїллються в одну і перетворюються на потоки різних кольорів на червоному фоні. Л. Іванова народилася в 28 червня 1989 року в Дніпрі. Навчалася в Національній академії образотворчого мистецтва і архітектури. Вона працює в напрямі контемпорарі арт та неоекспресіонізм в жанрі фігуративного живопису. Вона зазнала впливу від таких відомих митців як Фресіс Бекон, Андріан Геніє, Пітер Дойг. Пройшовши довгий шлях пошуку свого письма, так як для художниці з академічною освітою це не так легко, Люсі вдалося звільнити живопис і перетворити його на свою унікальну форму. Всі її роботи – це відображення її буденного життя. Люся і до повномасштабного вторгнення 2022 року часто висвітлювала в своїх роботах гострі питання світових проблем, такі як, наприклад, забруднення довкілля, права тварин. Зараз як і багато інших українських художників, Люся в своїх роботах показує реалії сьогоденного життя українців, але тільки в деталях. Під час початку війни, Люся знаходилась в Дніпрі. Коли все почалося, активних бойових дій в Дніпрі ще не було, тому Л. Іванова зафіксувала ці жахливі моменти очікування катастрофи, так зʼявилась серія з підозрілими фігурами та ландшафтами. З інтервʼю Люсі для *Bird in Fight*: «Тепер я вважаю, що якщо ти публічна людина, яка займається творчістю, то кожна твоя робота у нинішніх умовах — це заява. Не може бути аполітичного сьогодні. Культура — дуже сильна зброя, і якщо ми цього не розуміємо, вона стає навіть сильнішою. Тобто якщо не усвідомлюємо, що на нас впливає певна культура, ми можемо стати її жертвами» (з інтервʼю художниці для порталу *Bird in Flight* [3]). Але твори Люсі, це не документальна фіксація війни в україні та злочинів окупантів, це алегоричний натяк на сучасні страшні події. До таких робіт можна віднести серію «Вправи з кольорових репресій», «Парк атракціонів, а не крики жаху», «Опале листя, не люди», «Вечірня хмара, а не азотна», «Чайка, не безпілотник», «Ведмідь, що п'є». По згаданим роботам важко вгадати сюжети війни, вони далекі від документальних даних, тема вгадується лише в назвах. Окрім полотна «Ведмідь, що пʼє», за словами Люсі, це прямолінійна робота про гору Ведмідь в Криму, він має пити воду, а натомість пʼє кров. Зараз Люся, ставши молодою мамою, особливу увагу в своїх роботах приділяє дітям і їх життю в сучасних умовах. Ось як наприклад остання робота, яку художниця виклала на своїй особистій сторінці в соціальній мережі *Instagram*, де на світло-сірому тлі зображено маленьку дитячу кроватку, а над нею замість дитячої мобілі з іграшками, звисають військові літаки і ракети. Робота підписана як *Russia kills children*. Роботи Л. Іванової привертають увагу як і українських громадян, так і іноземців. Шарлотта Хіггінс — головний кореспондент The Guardian з питань культури в своїй статті від 24 лютого 2024 року, зазначила, що роботи Л. Іванової привернули її увагу на виставці в новій галереї *Jam Factory Art Center* у Львові: «Я багато думаю про ніжні картини Люсі Іванової, які бачила минулого місяця на виставці у *Jam Factory*, щойно відкритому мистецькому центрі у Львові. Простими засобами – невеликими полотнами, альбомами для малювання, художниця малювала найінтимніші сцени: чоловіка Єгора, який гортає новини, або сидить на краєчку ліжка; вони вдвох голі, вона вагітна, на кухні тимчасової квартири; пізніше її син Сава у віці п'яти днів. Ці твори мистецтва також є свідками досвіду та основ культурної пам’яті. Це теж війна».

Щодо участі у мистецьких ярмарках, зокрема на *Liste Art Fair* в червні 2022 року, запитавши у Л. Іванової особистого коментаря з приводу її думки чи приніс їй ярмарок визнання, а також комерційну вигоду, то художниця відповіла, що *Liste* сенсаційно не змінило її життя, але галереї *The Naked Room* вдалось продати кілька її робіт і як вже зазначалось роботу «Шкільна роздягальня» було продано в перші 15 хвилин після відкриття ярмарку, також художниця отримала запрошення від галереї в Цюріху на проведення виставки, але згодом, через воєнну тематику, як вважає Люся, галерея відізвала своє запрошення. Загалом, Люся зазначає, що вона рада брати участь у мистецьких ярмарках, також її роботи були представлені на *Viennacontemporary* у Відні в 2023 році, але як справжня творча натура, художниця зазначає, що ярмарки, в яких вона приймала участь мали занадто комерційний формат. На питання чи хотіла б вона прийняти участь на *Art Basel*, Люся відповіла ствердно, тому що там інша специфіка.

Ще одна українська художниця, яку виставляли *The Naked Room* в 2022 році була Катерина Бучацька. Її левкаси [іл. 16] потрапили у перелік п’яти митців, яких варто було б виділити на *Liste Art Fair Basel* за версією впливового сайту *Artsy* [58]. Ось що було зазначено про Катерину на сайті: «Київська художниця Катерина Бучацька працює в різних медіа — воску, бетоні, смолі, пінополістиролі, пері та туші. Але найцікавіші її роботи – це невеликі картини левкас. Хоча техніка левкас традиційно використовувалася в іконописі, Бучацька оновлює цю практику, натякаючи на її мистецько-історичне минуле. Повітряні абстракції змішуються з грубо намальованими тваринами; загрозливий вулканічний пік розчиняється в схематичному ландшафті дороги; класичні форми, такі як стовпи та арки, поєднуються разом із жорсткими геометріями. Ці роботи задумливі, інколи викликають тривогу, але найбільше вони здаються невловимими, як спогад про швидко розвіяний сон» [58]. Катерина народилася 1987 року в Києві, навчалась у Київському поліграфічному інституті, в *École Nationale Supérieure d’Art de Dijon*, у 2015 закінчила Національну академію мистецтв та архітектури. Вона працює в різних техніках, найчастіше це інсталяції та відео. На даний момент вона вважає своєю місією ділитися життям українських людей серед іноземців через призму мистецтва. Можна привести в приклад, відео-істаляцію в Ліверпульському соборі «Ізюм-Ліверпуль» під час проведення в місті Ліверпуль пісенного конкурсу «Євробачення», де на екранах 14 годин транслювалось відео з поїзду з Ізюму, де була показана евакуаційна дорога. Катерина зазначає в інтервʼю каналу «Суспільна Культура», що в 2022 році, після повномасштабного вторгнення, подорожуючи різними країнами, вона відчула відгук та співчуття зі сторони європейської спільноти, але дуже прикро було розуміти, що тобою цікавляться лише через війну в твоїй рідній країні. Це було свого роду не цікавість, а підтримка. Зараз інтерес зріс, але все одно Катерина вважає, що художник може і йому варто нагадувати спільноті що в Україні війна не закінчилася, вона досі триває. Якщо повернутись до арт-ринку і ролі українських митців у нього, то, попросивши у Катерини особистий коментар, що вона думає про участь в мистецьких ярмарках, вона відповіла, що це більше парафія галерей (що так і є) і що їй як художнику некомфортно знаходитись у місці, де тебе продають. Але, Катерина зазначає, що для галереї участь в мистецьких ярмарках дуже важлива для подальшої перспективи розвитку. І якщо галерея планує в майбутньому потрапити на *Art Basel*, вона до цього точно має засвітитися на інших ярмарках, зокрема на *Liste Art Fair*, для свого *CV*, тому що хоча участь в *Art Basel* дуже дорога, критерії відбору дуже суворі (як і зазначалось в минулому розділі цієї роботи). Іноді, за словами Каті, участь у ярмарку може не окупитися, можна не продати робіт на суму участі у події, але це все одно збільшить ймовірність того, що тебе будуть вже знати і це буде гарним плюсом в резюме галереї і підвищенням її престижності. Користь комунікаційна безсумнівна, в першу чергу для галереї, але і для художників через галерею. Катерина Бучацька в своїй праці як українська художниця більше орієнтується на культурний фронт, чим комерційний. Її довоєнні роботи теж є відображенням буденного життя, пошуку себе в цьому світі та екзистенційних питань. Катерина глибоко вивчає історію і природу явищ, які вона відтворює в своїх роботах. На перший погляд прості предмети сповнені глибокого контексту. Серії робіт «Замальовки, які через обставини двадцятого року набули іншого значення» були присвячені пандемії коронавірусу. Ці малюнки художниця зробила з експонатів з *Surgeon’s Hall Museums* в Единбурзі, так як там не можна було фотографувати. Особисті замальовки з *Surgeon’s Hall Museums* – скелет змії, кістка кажана та сузір’я Південної Корони художниця асоціювала з визначенням самої причини пандемії коронавірусу, тобто вірусу спричиненого помішаними вірусами змій та кажанів, те що художниця називала «кінцем світу». Інші трактовка кінця світу освічується в роботі 2020 року «Я не хочу йти звідси» [іл. 16]. Цей левкас зображує людину, яка не хоче зрушити з місця під час виверження вулкану. Над фігурою зображено хмарку з реплікою «О, Вернер», натякаючи на стрічку німецького режисера Вернера Герцоґа «Ла-Суфрієр: Очікування однієї неминучої катастрофи». До речі, ця робота теж була представлена на *Liste Art Fair* у 2022 році. Роботи Катерини інтелектуальні і глибокі.

Також галерея *The naked Room* пропонувала на *Liste Art Fair* в 2022 році твори української художниці Катерини Лисовенко. Роботи Катерини вразили своєю емоційністю та правдивістю, іноді, навіть, занадто відвертим висвітлення моторошних реалій війни. Художниця зробила серію робіт-свідоцтв воєнних злочинів російських солдат на території України, зафіксувала емоційний стан розпачу жінок, дітей, старшого покоління. Але експонувались на стенді більш нейтральні роботи, такі як «Школа» (2022), «Сад в Брюхновицькому лісі, Аніта та Настя» (2021) [Іл. 17], «Сади смутку» (2022) [Іл. 18]. Улюблені образи Катерини – це оголені фігури, частіше жінок. Іноді ці фігури нагадують міфічних створінь, які живуть в магічному лісі. Але з війною, образи художниці набувають реального втілення – сумного та знедоленого. К. Лисовенко народилася в Києві в 1989 році, здобула освіту спочатку в Одеській художній школі імені Грекова, пізніше в Національній академії образотворчого мистецтва і архітектури. Напрям в якому працює Катерина – контемпорарі. В різного часу роботах художниці відчувається вплив різних відомих митців, наприклад, контрастні кольори та фігури від Матіса та Гогена. В живописі К. Лисовенко відчувається індивідуальна художня трансформація традиції класичної школи, відкриття власного почерку та стилю письма. На пошуки цього стилю сильно вплинув курс Лесі Хоменко в *Kyiv Academy of Media Arts*, який закінчила Катерина після НАОМА, там їй вдалося поєднати, усвідомити та відкрити світ сучасного мистецтва для себе. Художниця намагається виражати світ через призму власних образів. Її образи і мотиви висвітлюють протистояння сили і місце людини в цьому протистоянні. Художниця використовує своїх створінь, щоб протистояти ідеологіям, які диктує влада. Катерина не боїться нести своє мистецтво на вулицях міст у вигляді графіті, її головне бажання бути почутою та бути підтримкою для однодумців. Її міфологічні образи не зникають і в роботах на воєнну тематику – вона перетворює жертв на русалок чи кентаврів, які лежать на темно-синьому фоні зі звʼязаними руками. Так вона документує історію через свій власний магічний світ. В інтервʼю українському виданню *Bird in Fight*, художниця підкреслила: «Я дуже люблю мистецтво за те, що воно дає змогу працювати з неможливістю. Жах, смерть і насильство — це те, що неможливо усвідомити та передати. У своїх роботах я, як і раніше, використовую образи фантастичних створінь, як-от кентаврів чи русалок. Міфологічність моїх картин допомагає мені окреслити неможливість катастрофи» (з інтервʼю художниці для порталу *Bird in Flight* [6]).

В 2023 році галерея *The Naked Room* теж представляла сольну презентацію української художниці Анни Звягінцевої, яка охоплювала вісім років кар’єри художниці та торкалася питань її особистого досвіду вивчення людського тіла, крихкості та, в останніх роботах, війни з Росією. Серія «Порядок речей» 2015 року зображує арматуру із залізного прута, яка ніби розпадається на цоколь знизу. Анна Звягінцева засвітилася і в 2022 році на шоу, які проводяться паралельно з *Art Basel*. Кураторки *PinchukArtCentre* Олександра Погребняк і Дар’я Шевцова разом з французькою кураторкою Мартою Кірценбаум презентували відкриту відеопрограму для міжнародної виставки *Liste Art Fair Basel*, яка мала назву *The Sky Is Getting Closer* («Небо стає ближче») [4], де показували кліпи, шоу та фільми різних українських митців, куди і вийшла відеоробота Анни [17]. Відеоінсталяції можна було побачити на центральній локації виставки. Відео транслювались на п’ятьох екранах і розділялись тематично – війна, політика та активізм в ній, молодь та культура, теми фемінізму, гендерної проблеми, проблеми екології [4]. Для *Art Basel* відеомистецтво є важливою віхою мистецтва взагалі, як зазначалось в перших розділах, саме *Art Basel* був платформою для відкриття цього виду творчості світу і виокремлення його в ранг видів мистецтва. Тому відеороботи теж можуть викликати інтерес як організаторів ярмарку, так і арт-критиків та кураторів. Анна Звягінцева народилася в 1986 році в Дніпрі. Навчалася в Національній академії образотворчого мистецтва та архітектури. У 2020 році була стипендіаткою програми *Gaude Polonia* та стажувалась у Академії Мистецтв у Варшаві на відділі медіа мистецтва під керівництвом професора Мирослава Балки. З 2021 року є стипендіаткою Академії мистецтв Яна ван Ейка. Звягінцева є володаркою головної премії *PinchukArtPrize* у 2017 році [2]. Художниця працює в різних техніках – в малюнку, відео та скульптурі. Її роботи – це документальні свідчення повсякденного життя, це можуть бути факти її життя або звичайні буденні речі. Художниця намагається показати в своїх роботах процес – будь-який хід подій, мислення чи осмислення якихось речей. Вона полюбляє спостерігати за людьми, за природою, за кругообігом світу і потім це втілювати в своїх роботах. Робота «Порядок речей», яка була представлена на *Liste Art Fair* в 2023 році була створена художницею в 2015 році і, як за її словами, вже тоді їй здавалось доречним говорити лише про війну, тому робота є відлунням війни в місці, де знаходилась саме Анна: «Війна доноситься луною до умовної мирної точки і все трансформує. Далі я рухаюсь такт у такт з тим, що у мене відбувається у житті». Також на *Liste* було представлено роботу «Недоречні доторки», яку художниця зробила в 2017 році після народження дитини: «По народженню дитини відбувається поворот до тілесного, чуттєвого та розуміння кордонів. Але думки про відчуття, що залишається після дотику, раз за разом поверталися до мене за багато років до реалізації цього всього в роботах». А. Звягінцева – художниця, яка за допомогою різних видів мистецтва фіксує свої думки та гострі питання, її роботи інтелектуальні та інтимні, вони сповнені особистісних фіксацій важливих моментів художниці та глобальних катастроф минулого та сьогодення. В останніх роботах своїх роботах «*Ground Shadows*» (2023), Звягінцева створює дерева, посічених кулями та снарядами в воєнній зоні та на окупованих територіях. Ці роботи були представлені на персональній виставці художниці в Бельгії в 2023 році, вони були присвячені Бабиному Яру та російсько-українській війні. На прохання особистого коментаря Анни щодо її участі *на Liste Art Fair*, чи вважає вона такі заходи перспективними для художників, Анна відповіла, що однозначно це гарний крок для наповнення *CV* як галереї так і художника, що це є престижним доповненням до резюме. Художниця зазначила, що отримала декілька запрошень після *Liste*, зокрема польської галереї. Після *Liste* галерею *The Naked Room* запросили на *Warsaw gallery week* представити роботи А. Звягінцевої. Стенд *The Naked Room* привернув багато уваги на цьому заході і після нього художницю запросила польсько-німецька кураторка приймати участь на виставці в Нюрнберзі в травні 2024 року. Комунікації дійсно є однозначним бонусом участі в міжнародних ярмарках, оскільки, на думку Анни, витрати на участь галереї *The Naked Room* в 2023 році на *Liste Art Fair* напевне не покрили дохід від ярмарки, але суттєво розширили коло знайомств та принесли запрошення від інших мистецьких інституцій. Художниця поділилась враженням, що участь у такому престижному ярмарку дає митцю і галереї впевненості, оскільки твої роботи виставляють з-поміж інших відомих галерей зі всього світу. Анна хотіла б брати участь в подібних заходах, можливо навіть від європейської галереї, оскільки у таких галерей більше можливостей як фінансових, так і логістичних. Бути представленим на міжнародному ярмарку від європейської галереї, особливо вже відомої, збільшує шанси того, що тебе помітять.

*Voloshyn Gallery*, заснована в 2016 році, на *Liste Art Fair* в 2022 році виставляли роботи Лесі Хоменко, Микити Кадана та Миколи Рідного. Експозиція включала роботи митців від 2022 року, що документують повномасштабне вторгнення, а також попередні роботи, які присвячені геополітичним подіям, які передували вторгненню Росії та анексії Криму. Художники висвітлили глибокий аналіз сенсу, передумов та наслідків війни. Головною темою робіт Л. Хоменко були головні учасники війни – військові. Її робота, що виставлялась, називається «Таємне спостереження» [Іл. 19]. Леся створює зображення солдата у декілька шарів: спочатку екорх, тобто анатомічне зображення чоловіка з м’язами, але без шкіри, другий шар – це фігура солдата на прозорій сітці, а третій – листя, що перекриває тіло солдата. Цей твір є натхненним фотографіями солдатів, які Леся робила зі своєї студії, що знаходиться недалеко від військової частини. Леся Хоменко українська художниця, яка народилась 1980 року у Києві. Навчалась у НАОМА. У Лесі дуже великий список творчих досягнень та ініціатив. Вона членкиня групи *R.E.P.*, співзасновниця кураторської спілки *HUDRADA* та ініціаторка, викладачка та програмна керівниця курсу «Сучасне мистецтво» Київської Академії Медіа Мистецтв. Роботи Лесі – це переосмислення академічного мистецтва через призму сучасних видів трансляції реальності. Вона використовує фотографію для створення своїх живописних картин. Як і на початку війни, Леся використовувала фотографії військових, які робила сама, зараз фото військових заборонені і вона використовує інтернет ресурси, іноді, навіть, заблюрені обличчя чоловіків вона переносить на полотно. Це її особисте документування сьогодення. Леся тісно повʼязана з воєнними, оскільки її чоловік служить з перших днів війни. Вона зробила серію портретів присвяченим чоловіку Максиму і його побратимам – «Макс в армії» (2022). Зараз Л. Хоменко на резиденції в Маямі, там вона презентувала у лютому 2024 року особисту виставку «Хвилями і Порталами» за підтримки *Voloshyn Gallery*, галерея теж відкрила філіал в Маямі. На виставці широкій аудиторії були представлені серії робіт, які художниця продовжує створювати, тобто образи української війни. Експонувались роботи серії «Монтаж», «Хвилі» та «Портали». В серії «Портали» Леся розкриває поняття миттєвої інформації, проблематику та переваги. У серії «Хвилі» художниця робить інсталяцію зі згорнутого полотна в вигляді хвилі – це метафора на відтермінований час, який наближається. Загалом використання рулонів полотна і його модифікація – це не перші інсталяції художниці. Коли Леся була в Польщі, два місяці на резиденції в Уяздовському замку, у неї зʼявилась ідея матеріалізувати буденні деталі, з якими їй приходилось зіштовхуватись: «З’явилася ідея сувою: з одного боку, усі ці ПЗРК і «джавеліни» — тубуси, а з іншого — я вже пів року мандрую містами і країнами з величезними рулонами картин. Рулони — це і зброя, і історія моєї міграції. Тому я спочатку зробила полотно з довгими вертикальними смугами, потім згорнула його в рулон, аби вийшов абстрактний тубус «джавеліна». Я люблю, коли навколо живопису виникає певна ситуація. Рулон, опертий об стіну галереї, є метафорою того, наскільки увесь цивільний світ втягнутий у купівлю зброї для України» ( з інтервʼю художниці для порталу *Bird in Flight* [6]). Роботи Л. Хоменко також виставлялись на Венеційської бієнале та виставках у Європейському парламенті (Бельгія), Музеї Фолькванг (Німеччина) та Українському музеї в Нью-Йорку (США). Роботи художниці висвітлювали та рецензували *The New York Times, The Washington Post, The New Yorker, The Art Newspaper, Frieze* тощо. Її твори зберігаються в престижних публічних колекціях, зокрема в центрі *M HKA* (Бельгія), Музеї Людвіга (Угорщина), *Art Collection Telecom* (Німеччина) та Альбертинумі (Німеччина). Щодо участі у мистецьких ярмарках, провівши інтервʼю з Лесею, однозначно можна сказати, що Л. Хоменко справжній патріот своєї країни і вбачає в мистецтві функцію на даний момент більш публічно-політичну, аніж комерційну: «Для художників правильніше «засвічуватись» на групових міжнародних проектах, а ярмарки це як десерт на добавку. Важливо ці акценти розставити». Оскільки, на думку художниці, митці, які тільки хочуть продати свої роботи, не нарощують історичної значимості, вони мають нести більш глибокий посил, особливо українські художники в сучасних обставинах: «Тому застерігаю від таких висновків, що ярмарки це найкращий спосіб засвітитись для художника. Так, це гарна річ, але художник має функціонувати і в системі інституцій і виставок, інакше його вартість і цінність не буде рости і він може «осипатись» з часом». Співпрацюючи з *Voloshyn Gallery* та завдяки саме ініціативності і системності в роботі цієї галереї, за останні роки у Л. Хоменко було багато мистецьких ярмарок. Її роботи *Voloshyn Gallery* виставляла в США, в Кельні (*Art Cologne*): «В Кельні (де у мене був соло стенд) з продажами не все так легко, бо мої роботи рахуються «некомерційними» для ярмарків. Часто чуємо коментарі, що вони «надто концептуальні» (хоча це дивно чути, особливо в Кельні, де було багато інсталяцій і саме концептуальних стендів). Тема війни багатьох лякає, бо на ярмарках великий відсоток колекціонерів, які купують твори собі в дім. Але це звичайно не завжди. Мене купували і в інституції, і тему війни купували приватні колектори і вішали в квартиру». Тема війни не перший раз лякає на мистецьких ярмарках. Схожий коментар було почуто від художниці Люсі Іванової, яку спочатку запросила європейська галерея до співпраці, а потім перестала відповідати на листи, тоді художниця вважала, що це через воєнну тематику. Після повномасштабного вторгнення, українські художники мали підтримку зарубіжної спільноти, саме, як це не прикро, через спекулювання темою війни, це необхідно в розрізі соціально-політичного визнання, але на комерційному підгрунті такі роботи мало користуються попитом. Все ж таки колекціонери люблять красу. Але з іншого боку арт-критики люблять теорії та історії, тому художники мають працювати над тим, що їх хвилює, це і є функція мистецтва, а зацікавлений завжди знайдеться. Леся акцентує, що все ж таки користь від мистецьких ярмарків є – це контакти: «Найбільша користь з контактів і видимості все ж таки. Особисто для мене. Я думаю ярмарки більш іміджево корисно для самих галерей ніж для окремих художників. Але кожен ярмарок справді нарощує «вагу» художника. Іноді куратори знаходяться. Для галерей брати участь в ярмарках – це іміджево важливо, бо кожен престижний ярмарок – це конкурс, галереї подають проект і їх відбирають. Якщо галерея бере весь час участь в ярмарках – значить там гарна програма». Про участь на *Liste Art Fair*, Леся зауважила, що це було свого роду засвідчення українських галерей: «Я фізично на *Liste* не їздила, тому для мене це просто один серед багатьох ярмарків, важко сказати більше. В той рік було багато українських проектів там, і у мене склалось якесь відчуття загальної видимості, ніби це більше про стейтмент, ніж про продажі». Леся також додала, що мистецький ярмарок – це ще обмін ідеями та техніками між художниками, відкрите для себе щось нове: «Іноді художники дивляться. Біля моїх боксів часто юрбляться художники - бо це нова техніка, вони уважно вивчають». Щодо відкриття та визнання нових талантів, Леся наголосила: «Думаю це швидше вийняток. Галереї намагаються виставляти художників, які мають за спиною гарне *CV* і колекції. Бо ніхто не хоче ризикувати, всі хочуть гарантованих продажів. Звісно художник може бути відомим, але ще не глобально, тому відбувається відкриття якихось імен». Але не варто забувати, що участь на *Art Basel* може подвоїти ці шанси, оскільки існує премія *Baloise Price* в 30000 франків художнику, якого обирає комітет і надсилає його роботу в музей. Також імениті колекціонери та арт-критики, які після проведення *Art Basel* зазначають відомим публіцистичним виданням з мистецтва свої вподобання і на кого варто звернути увагу.

*Voloshyn Gallery* два роки поспіль виставляла роботи художника Миколи Рідного на *Liste Art Fair* і не тільки. В 2023 році на *Liste* була представлена інсталяція 2015 року «Більше прапорів» [Іл. 20] – чорні гіпсові макети стратегічних українських будівель, увінчаних прапорами. М. Рідний – художник, який експерементує у різних сферах, таких як фото, відео та інсталяції в різних матеріалах. Навчався у Харківській академії дизайну й мистецтв, там під впливом відомого фотохудожника Бориса Михайлова взявся за фотографію та відео. Згодом став співзасновником арт-гурту *SOSka*. Його відео роботи тяжіють до артхаусу та візуального мистецтва. Останні його дві відео роботи називаються «Район» (про Північну Салтівку, де пройшло дитинство та студентські роки митця і про район, який найбільше постраждав через ракетні обстріли) та «Битва за Мазепу». Ці роботи дуже різні за абсолютно всіма показниками. За словами художника «Район» «присвячено минулому й тому, як воно відображається в сучасності» (з інтервʼю українській газеті *LB* [11]), а також особистим рахункам з цим минулим. «Битва за Мазепу» дивиться в майбутнє, але розповідає про історичні події. В ній художник в формі протистояння реп-пісень створює умовний діалог між Дж. Байроном і О. Пушкіним про постать І. Мазепи. Оскільки персона Мазепи багато років дискредитувалася російською імперією, а потім радянським Союзом, він завжди був зрадником Петра І і навіть був переданий анафемі. А в творах Байрона – це персонаж, навіть, наполовину легендарний, мужній, романтизований, якого після поеми Байрона зображувало багато європейських художників. Роботи М. Рідного політичні, дискусійні, провокативні. Художник викладає медіа арт в Берлінському університеті мистецтв, що свідчить про його освіченість та визнання, а премʼєри його фільмів пройшли в багатьох великих містах Європи. Роботи Миколи Рідного знаходяться в публічних колекціях, зокрема *Pinakothek der Moderne* (Мюнхен); *Neuer Berliner Kunstverein; Ludwig Museum* (Будапешт); *Warsaw Museum of Modern Art* (Варшава) [8]. Знаходження його робіт серед колекцій всесвітньо визнаних музеїв свідчить про важливість участі в міжнародних ярмарках. Роботи Миколи представлені на *Liste Art Fair* відрізнялись реалістичністю та відображенням соціальної та політичної реальності.

Одним з головних митців, яких представляє Voloshyn Gallery на мистецьких ярмарках є Нікіта Кадан. Його роботи були також представлені на *Liste Art Fair*. В 2022 році були представлені «Будівництво і поле» [Іл. 22] та «Сонце» [Іл. 21] Н. Кадана, створені в період повномасштабного російського вторгнення в Україну. Мотив чорного зораного поля натякає глядачу на випалені землі від ракет та обстрілів. «Будівництво і поле» це серія робіт, де художник застосовує фотографії архітектурних обʼєктів на фоні темно-сірого зораного поля виконаного на папері вугіллям. Твір «Сонце» – один з головних мотивів багатьох серій робіт Н. Кадана, розпочатий ще в 2013 році з циклу «Приватні сонця». В цьому мотиві Нікіта передає метафорично порівняння з радянськими гратами на вікнах – «сонечко», де прути розходяться у вигляді сонячних променів, це ілюзія на утопічні мрії на щасливе майбутнє, яке немає перспектив. Художник хотів показати, що в нас ще досі залишається пострадянський «бідний» образ думок, від якого варто звільнитися. Зараз цей наратив художника переріс в іншу серію робіт, яку Нікіта представляє на особистій виставці в *Voloshyn Gallery* – «Промінь пробиває ґрунт». Твори, представлені на виставці (скульптури, малюнки вугіллям, живопис) створені у 2024 році. Йдеться про 10 жовтня 2022 року, одну з найбільших російських атак на території України. Одна з ракет розірвалася на дитячому майданчику в парку Тараса Шевченка, який знаходиться прямо біля галереї. Перша робота на виставці продовжує серію «Тінь на землі», яку митець розпочав у березні 2022 року. Коли почалося повномасштабне вторгнення, Н. Кадан використовував галерею *Voloshyn Gallery* як бомбосховище і працював там, документуючи події. Серія розвивається навколо мотиву чорної ріллі та силуету невизначеної лежачої фігури, позбавленої будь-яких інших ознак. Скульптури представлені на виставці нагадують типові радянські драбини для дитячих майданчиків, які перетворили на небезпечні об’єкти. «Кінець пострадянського», дезінтеграція «спільного культурного простору» та забуття різноманітних форм колективного досвіду, які його утримували, стали виразною тенденцією періоду після 2014 року. Ті елементи, що поєднували цю територію, як-от типові радянські дитячі майданчики, залишаючись звичними для різних куточків простору, стали водночас нагадуванням про «спільне походження» і, відповідно, втіленням сорому, символом вродженої нечистоти. Рана спільності, нав'язливе впізнавання ворога в дзеркалі. Серія малюнків вугіллям, представлених на виставці, вступає в діалог зі скульптурами. На ньому зображені різні форми вторгнення в землю, пов’язані з війною: воронка від вибуху, траншея, наспіх вириті могили в лісі. Загалом Нікіта вважає, що художник повинен розголошувати на весь світ, що коїться в Україні і саме цим він і займається наразі. Його роботи були представлені за останні два роки в багатьох містах, зокрема, і на міжнародних мистецьких ярмарках – *Artists at Risk* (*AR*) на ярмарку *Frieze* (Нью-Йорк), *The Territories of Abstraction*, в рамках *FRIEZE No.9 CORK STREET* (проект ярмарку *Frieze*) [6]. Також роботу Н. Кадана «МИР» [Іл. 14] можна було побачити на останньому ярмарку *Art Geneve* в січні 2024 року в швейцарському місті Женева, яку пропонувала віденська галерея *Christine König Galerie*. Робота демонструє з великим художнім акцентом гостре усвідомлення смертельних загроз російської воєнної агресії. Слово «MИР» (Мир) написано великими літерами над кадром із кліпу, розміщеного в *Telegram*, де білі фосфорні бомби проливаються над Попасною, містом на сході України. Російською слово "MИР" має декілька значень і як світ в цілому, і мир (тобто стан спокою, період між війнами), в українській мові значення одне – це мир. Нікіта працює в різних техніках – малюнок, скульптура, інсталяція, медіа. В силу того, як Україна продовжує захищати свою свободу, інсталяції, об'єкти та малюнки Кадана – це такий самий плач, як і бойовий клич. На даний момент Нікіта є одним з багатьох українських художників, які висвітлюють події сьогоденного життя України та несуть про це соціально-алегоричне повідомлення світу. Його роботи більш підходять до музейної експозиції, оскільки несуть суто провокативний характер, висвітлюють гострі питання сьогодення без прикрас. Але, як показав час, роботи художника привернули увагу мистецької громади і все частіше їх можна побачити на мистецьких ярмарках. На питання чому, на його думку, його роботи користуються популярністю на ярмарках сучасного мистецтва, Нікіта відповів: «Це результат, з одного боку, моєї роботи як художника: грубо кажучи, знайшов в мистецтві щось, чого не знайшли інші, і згодом це було визнано іншими як цінність. А з іншого, результат роботи міжнародних інституцій, які знаходяться у пошуку нового мистецтва і роблять його відомим. А у випадку Волошиних ще й результат цілеспрямованого руху української галереї від локального до міжнародного визнання. Такого руху, що вимагає часу та грошей, але не дає гарантій». Нікіта Кадан вже приймав участь на *Art Basel Miami Beach*. Його соло виставку представляла французька галерея *GALERIE POGGI* [Іл. 23]. Про участь у головному *Art Basel* в Базелі Нікіта говорить так: «Якщо говорити про «перший» Арт Базель, який, власне, у Базелі – так, я був би радий, але це справа галерей. Я хотів би розділяти свої завдання (а також і цілі та мрії) що лежать у полі саме мистецтва та завдання тих, хто його продає. Так, ми маємо спільні інтереси, але сепарація обов’язків та зон уваги, певна шаноблива дистанція одне від одного, йде на користь і художникам і галеристам». Н. Кадан закінчив Національну академію образотворчого мистецтва та архітектури в 2007 році, де навчався на відділенні живопису у майстерні монументального мистецтва під керівництвом професора М. А. Стороженко. Член групи художників Р.Е.П. та кураторського й активістського об'єднання Худрада. На даний момент Нікіта живе і працює в Києві.

**4.3. Перспективи участі українських галерей на міжнародних мистецьких ярмарках**

Однієї з провідних українських галерей для якої пріоритетом є участь в міжнародних мистецьких ярмарках є *Voloshyn Gallery*. Галерею заснувало подружжя Максим і Юлія Волошини у 2016 році. Головний напрям в колекції галереї – це *contemporary art* – концептуальне мистецтво, яке є найпопулярнішою течією на ярмарках сучасного мистецтва. З інформації на офіційному сайті галереї, протягом останніх двох організація участь років на таких відомих мистецьких ярмарках, як *The Armory Show, ARCOmadrid, Liste Basel, Art Cologne, Vienna Contemporary, Dallas Art Fair, Nada Miami, Untitled Art, Art Athina, Expo Chicago* тощо. [8]. *Voloshyn Gallery* має свої представництва в Києві та Маямі. Максим та Юлія Волошини опинилися в Маямі, коли на Україну напала росія повномасштабним вторгненням 24 лютого 2022 року і таким чином відкрили свою постійну локацію за межами Києва. Галеристи поїхали до Маямі на *Miami Art Week* 2021, щоб паралельно тримати стенди на ярмарках *NADA* та *Untitled Art*. Після *COVID*-19 вони продовжили своє перебування в США та використали додатковий час у місті, щоб організувати в Аллапаттах виставку, присвячену роботам українських художників, багато з яких пов’язані з політикою та триваючим конфліктом країни з росією. Шоу виявилося більш своєчасним, ніж можна було передбачити: через кілька тижнів після його відкриття в лютому 2022 року росія почала вторгнення в Україну, і Волошини не змогли повернутися додому. Вони провели в Маямі кілька поп-апів і організували телефонні кампанії на підтримку України. В грудні 2023 року *Voloshyn Gallery* брала участь у ярмарку *Untitled Art* зі стендом, присвяченим роботам польського художника Кароля Радзішевського та української художниці Лесі Хоменко в Маямі. Також у їхній маямській галереї проводилась виставка «Далі чим світло або мова», на якій були представлені роботи художниці з Далласу Еріки Джеглі та Сани Шахмурадової, яка живе в Києві [63].

З останніх мистецьких ярмарків, в яких приймала участь *Voloshyn Gallery* – це *ARCOmadrid* 2024, яка проходила в березні з 6 по 10 2024 року в Мадриді. *Voloshyn Gallery* ділили стенд з румунською галереєю *Ivan Gallery* і представили роботи двох відомих художників з України (Данило Галкін) та Румунії (Іон Григореску). Ця співпраця мала на меті нагадати світові та Європі, що в Україні триває жорстока війна і необхідно об’єднувати зусилля у боротьбі, в якій культура та мистецтво відіграють важливу роль. Персональний проект Данила Галкіна «Оптичні протези», який представляли Волошини, заглиблюється в спотворення історії крізь призму кремлівської пропаганди та російського імперіалізму. У своїй серії Галкін кидає виклик наративам, увічненим вітражами, які колись використовувалися як інструмент радянської пропаганди, що обіцяє світле майбутнє, а тепер зображує сувору реальність військових злочинів [13].

Також галерея виставлялась на *Art Dubai* 2024 з 28 лютого по 3 березня 2024 року з роботами українських художників Марії Сулименко та Павла Керестея в розділі *Contemporary* та історичного художника Федора Тетянича в розділі *Modern*. Роботи Федора Тетянича, відомого як батько Фрипулії, виразного українського космізму та екоактивіста, привернули особливу увагу на ярмарку через кураторську ініціативу доктора Крістіанни Бонін, доцента кафедри історії мистецтва в Американському університеті Шарджі та експерта з культур і глобального модернізму часів холодної війни. Як вважає мистецтвознавиця незахідні центри мистецтва залишаються недостатньо вивченими, завжди багато уваги в історії мистецтва приділялося західним містам, які підтримували художників-емігрантів і формували мистецькі стилі чи рухи — наприклад, Лондон, Париж чи Нью-Йорк. Хоча багато наукових досліджень було зосереджено на мистецьких рухах Америки та Європи в період після Другої світової війни, набагато менше було написано про «Схід» і ще менше про міжнародних митців, які відвідували їх у рамках громадських ініціатив. *Art Dubai Modern* 2024 мав на меті зробити внесок у цю сферу досліджень. Розділ ярмарку *Art Dubai Modern* 2023 досліджував митців і кінематографістів із Близького Сходу, Африки та Південної Азії, які брали участь у програми культурного обміну з радянським Союзом і як цей досвід вплинув на їхні роботи та кар’єри. Саме в цій програмі було представлено роботи Федора Тетянича [20].

На *Art Cologne* в листопаді 2023 *Voloshyn Gallery* пропонували сольні роботи Лесі Хоменко. Роботи художниці, представлені на мистецькому ярмарку в Кельні, являли собою нові серії робіт деформованих полотен, сюжети яких є звичними для Лесі. Зазвичай вона бере запозичення з медіа, перетворюючи цифрові ілюстрації на предмет мистецтва. Роботи, створені спеціально для *Art Cologne* мають назви *Nomadic Self-Portrait With Rolled Canvas* та *Explosion in the trench*. Головні сюжети – життєвий досвід художниці в реаліях війни (переїзд, еміграція, спостереження за життям воєнних).

На *Viennacontemporary2023* у вересні 2023 року *Voloshyn Gallery* представляли роботи Нікіти Кадана, Миколи Рідного та Влади Ралко. Головні лейтмотиви, які повʼязували роботи художників в експозиції – це вплив інформаційної пропаганди і маніпуляції на свідомість людей в контексті сьогодення війни та, як результат, хибне уявлення про сучасні події. Роботи художників Миколи Рідного і Нікіти Кадана створили своєрідний діалог, який базується на сприйнятті людиною світу через призму фотодокументальних доказів. Роботи Рідного представляють собою алегорію – «Сліпа пляма» (2015-сьогодення), серія фотографій з засвіченим темним тлом, де проявляються деякі фрагменти зображень, зокрема зруйнованих будівель, тощо. Назва серії запозичена з науки офтальмології, що означає невелику ділянку сітківки ока, де створюється зображення, для того щоб доповнити його, ми покладаємося на власні знання та пам'ять. Таким чином художник намається натякнути, що треба розкрити очі та сприйняти факт війни на батьківщині. Нікіта Кадан інтерпретує фотографії другої світової війни способом представлення, змінює підписи до них, чим доказує як можна маніпулювати такими інструментами зі сприйняттям глядача та маси. Також художник звертається до теми геноциду в роботі «Вирва» (2023 р.), де порівнює давній геноцид з сучасним, зображуючи велику вирву від російських ракет, натякаючи на обстріл Бабиного Яру в 2022 році та єврейського цвинтаря в Глухові [9].

На міжнародному ярмарку *Expo Chicago* 2023 *Voloshyn Gallery* представили роботи художника-концептуаліста Миколи Рідного та художника Олексія Сая, які дуже по-різному відображають травму російського вторгнення. Були представлені бетонні скульптури з серії «Укриття» Миколи Рідного (2012-2013) засновані на формах бомбосховищ радянської доби, знайдених по всій Україні, а серія робіт Олексія Сая «Розбомблені» (2020) складається з попередніх полотен, які митець очищає, шліфує та просвердлює отвори, перетворюючи їх на абстрактні композиції, що нагадують види кратерів [69].

Юлія та Максим Волошини зі своєю галерею приймають участь в міжнародних мистецьких ярмарках з 2020 року, до 2022 року, загалом, вони були залучені на американські ярмарки, а з 2022 по сьогодні географічний діапазон значно розширився і, як зазначає сама співзасновниця, Юлія Волошина, запрошення на *Liste Art Fair* в 2022 році принесло галереї нові комунікації та запрошення.

*Voloshyn Gallery*, як зазначалось в попередній главі, на *Liste* приймали участь в 2022 році вперше, представляючи трьох художників – Миколу Рідного, Нікіту Кадана та Лесю Хоменко. Майже всі роботи на стенді були створені за останні кілька місяців і являли собою відгуки на війну: велика тканинна та живописна інсталяція Лесі Хоменко із зображенням українського солдата продавалась за 27000 євро, а чорно-білі фотографії Микити Кадана, кожна за 5000 євро, які демонстрували зображення радянської модерністської архітектури, накладені на українські поля («Сонце», «Будівництво і поле»). Вже в 2023 році на *Liste Voloshyn Gallery* представили роботи Данила Галкіна і Миколи Рідного, які мали різний характер, але знов тема понівечення будівель через ракетні обстріли. Закопчені вітражі Данило Галкіна (з серії робіт «Оптичні протези») відповідали фоном пофарбованим чорним макетам громадських будівель, увінчаними прапорами, Миколи Рідного («Більше прапорів»). Проекти були створені задля привернення уваги до соціальних і політичних питань України, звільнення від радянських наративів та переосмислення буденності. У 2023 році *Voloshyn Gallery* вже мали місце на ярмарку на комерційній основі.

Якщо говорити про доцільність участі українських галерей на міжнародних мистецьких ярмарках, таких як *Liste Art Fair*, Юлія Волошина наголошує, що це є, безумовно, престижно та важливо для українського мистецтва. Участь на *Liste Art Fair* є першим кроком для того, щоб галереї потрапити до головного ярмарку сучасного мистецтва – *Art Basel*, що є ціллю для українського галериста, як вважає Юлія Волошина. Юлія зазначає що, вдалося отримати нові контакти та познайомитись з колекціонерами та арт-критиками, а також зробити продажі. Як і в 2022 році, так і в 2023 році участь *Voloshyn Gallery* на *Liste Art Fair* була успішною як і для галереї, так і для художників.

Галерея *The Naked Room* теж була однією з двох галерей, які мали нагоду приймати участь на *Liste Art Fair* вперше в 2022 на умовах дотацій, а також були серед учасників і в 2023 році, але вже за свій рахунок. *The Naked Room* була заснована в Києві в 2018 році Лізою Герман та Марією Ланько. Галеристки обрали шлях просування молодих українських митців на міжнародний арт-ринок. Вони є представниками Люсі Іванової, Дениса Саліванова, Каті Бучацької, Анни Звягінцевої та інших [71]. В попередньому розділі зазначається думки митців галереї *The Naked Room* з приводу їх участі у міжнародних мистецьких ярмарках та, зокрема, *Liste Art Fair*. В 2023 році галерея представила на *Liste Art Fair* сольний стенд робіт Анни Звягінцевої. Об’єкти, фотографії та текстиль Анни, які були представлені на Liste, розкривають красу буденності у всьому її розмаїтті. В останніх роботах Звягінцева продовжує працювати з тими ж нарочито крихкими і невловимими формами. Проте її заяви стали набагато твердішими, коментуючи війну та насильство, що триває в Україні. Роботи Анни Звягінцевої привернули увагу арт-критиків, її згадав у своєму матеріалі для видання *Artsy* впливовий редактор новин мистецтва – Арун Какар, в статті про поєднання у митців-початківців особистого та політичного.

*The Naked Room*, на відміну від *Voloshyn Gallery* не вважає своєю головною метою участь на головній платформі *Art Basel*. Співзасновниця галереї Марія Ланько чи вважаєте вони це стратегічним кроком для міжнародного визнання галереї та популяризації українських митців відповіла: «Основний ярмарок *Art Basel* — це дорого та вже не дуже актуально. Це світ, який відживає себе. Він народився в ситій, мирній Західній Європі в другій половині двадцятого сторіччя ще на старих грошах. Кількість клієнтів великого Арт Базелю зменшується кожного року. Для такої галереї, як ми, мабуть, це не є шляхом і не є метою. Нам цікавіше створювати інші способи комунікації з колекціонерами. Не перетворюватися на магазин дорогих товарів, бо ми в першу чергу про комунікацію між всіма учасниками. І так чи інакше українське мистецтво не сягає і 10% рівня цін, які мають бути на основному *Art Basel*, і навряд чи сягне найближчими роками, і навряд чи це йому треба. Мистецтво, звісно, коштує недешево, але такий рівень цін, як на головному ярмарку Базелю, на нашу думку, є хибним шляхом. Ми сподіваємося, що для нас будуть інші формати представлення українського мистецтва в міжнародному полі, або ми самі будемо створювати ці формати як люди, що прийшли із зовсім інших політичних і соціально-економічних умов». Але, в доповнення, Марія зазначає, що все ж таки участь на *Liste Art Fair* була стратегічно виграшною для галереї: «*Liste Art Basel* — це один з найбільш видимих ярмарків у світі. Потрапляючи туди, ти одразу отримуєш доступ до світового ринку мистецтва. Бо всі колекціонери, які приїжджають на великий Базель, так чи інакше заходять і на Лісте, як і скаути великого Базеля. Тобто ти потрапляєш на радар «першої лінії» світового артринку. З мінусів — це дуже дорого, майже неокупно, навіть за умови дотацій, які ми мали значною мірою в перший рік повномасштабного вторгнення, і невеликі — в другий. Навіть великих продажів нам було недостатньо для того, щоб вийти в нуль. Бо Базель — це дорого. Якщо у вас є можливість робити таку інвестицію, це буде окупатися, але непрямим шляхом. Тобто не продажами безпосередньо на ярмарку, наприклад, а подальшими продажами. Але це інвестиція, яку треба зробити принаймні три роки поспіль для того, щоб далі це приносило дивіденди». Також Марія наголошує, що завдяки *Liste Art Fair* галерею *The Naked Room* почали впізнавати на міжнародному артринку: « В перший рік повномасштабного вторгнення вся подальша європейська програма склалася саме завдяки Лісте. Ми мали виставки й в Парижі, і в Берліні, Відні, Мюнхені, Вільнюсі, Варшаві, Празі. Це все результати Базеля. Щодо нових контактів, для нас це радше були навіть не комунікація з колекціонерами, а встановлення професійних контактів з інституціями та кураторами. Наших художників почали запрошувати брати участь у різних міжнародних проєктах. Тож якщо проаналізувати, нових контактів було дуже багато. Куди б ми зараз не приїхали, нас всі вже впізнають, знають наш бренд, знають нас особисто».

На запитання хто з художників був найбільш популярним на *Liste Art Fair*, Марія відповіла: «На першому Лісте дуже класно зайшла Катя Бучацька. Але це сталося також через специфічний формат робіт, які ми представляли. Це були дуже маленькі левкаси, які буквально можна було покласти в кишеню і піти далі. Тобто це були такі доступні домашні недорогі роботи, але дуже круті з погляду того, як вони були зроблені та про що вони — це мистецтво високого рівня, але, через формат, ще й доступне широкому загалу людей. Їх розкупили всі. Також це Люся Іванова, Катя Лисовенко, хоча й менше, бо в неї складніші теми робіт, Аня Звягінцева на другому Лісте продавалася добре, Павло Маков (хоча й вже у Відні, але сталося це через контакти, набуті на Лісте). Добре продається або щось маленьке і недороге, або якщо це вже величина рівня Макова, то можуть бути інституційні продажі. Небагато колекціонерів можуть собі дозволити в домашньому вжитку мати такі твори, вони є вибагливими (і в сенсі розміру, і ціни за автора, якого в Європі мало знають). Але для інституцій, особливо тих, хто цікавиться зараз специфічно українським мистецтвом, це чудова можливість».

Загалом, підводячи підсумок, можна сказати що завдяки участі в *Liste Art Fair* галерея *The Naked Room* отримала виходи на інші міжнародні мистецькі ярмарки і в 2023 році приймала участь на *Viennacontemporary* з сольною виставкою Люсі Іванової та на *Warsawgalleryweekend* з роботами Анни Звягінцевої [10].

**Висновки до розділу 4.** Загалом, опитані українські галереї – *The Naked Room* та *Voloshyn Gallery*, позитивно ставляться до участі в міжнародних мистецьких ярмарках та зазначають, що участь в *Liste Art Fair* принесла багато комунікацій та подальшу співпрацю на міжнародній мистецькій арені. Єдиний мінус таких заходів – це висока вартість участі.

**Висновки**

У ході дослідження, вдалося дійти висновку, що на сьогоднішній день арт-ярмарки стали важливим фундаментом та основою світового арт-ринку. Перше місце в рейтингу міжнародних мистецьких ярмарків, безумовно, посідає *Art Basel*, який є наймасштабнішою щорічною подією в світі сучасного мистецтва, що охоплює три континенти: *Art Basel Basel, Art Basel Paris+, Art Basel Miami Beach* та *Art Basel Hong Kong*.

На підставі проведеного дослідження, можна стверджувати, що збільшення вільного часу, далекосяжні засоби комунікації та інтенсивна виставкова діяльність призвели до того, що все більше людей зацікавилися сучасним мистецтвом. Динамічний розвиток сучасного мистецтва активізував широкі верстви населення, перетворив багатьох спостерігачів на зацікавлених учасників мистецького життя та колекціонерів. Цей розвиток означає, що пропозиція сучасного мистецтва більше не надходить виключно з виставкових установ і галерей. У випадку історичного мистецтва, ремесла і античності, постійно зростаючі ярмарки та ринки в Європі показали, що за допомогою цього методу торгівлі та обміну товарами, який є одним із найдавніших у світі, широка громадськість і колекціонери можуть отримати чудовий і необхідний огляд того, що пропонує ринок мистецтва. Відвідувачі таких ярмарків дуже позитивно сприйняли можливість контакту, ознайомлення та інформування.

Під час проведення поточного дослідження були вирішені такі завдання:

1. Проаналізовано наукові, науково-популярні та публіцистичні джерела щодо діяльності міжнародного ярмарку сучасного мистецтва *Art Basel* і встановлено, в українському мистецькому просторі вивченню такого виду організації приділяється недостатня увага, адже мистецькі ярмарки розцінюються виключно як комерційні установи. Це твердження можна охарактеризувати як хибне, оскільки мистецькі ярмарки, і, зокрема, *Art Basel* – є головними центрами культурно-мистецького обміну, комунікації, формування нових течій та напрямків в мистецтві.
2. Досліджено історію виникнення *Art Basel* та проаналізовано тенденції арт-спрямування останніх років, які показали що, не дивлячись на економічні ризики та втрати, галереї все одно вважають ярмарки найкращим місцем для представлення своїх мистецьких проектів та заохочення колекціонерів до придбання того чи іншого твору художника. Незважаючи на пандемію коронавірусу, що характеризувалася, зокрема, обмеженням діяльності та спілкування та переходом всіх елементів життєдіяльності в онлайн, жива комунікація все ж повернулась. Люди прагнули спілкування *vis-a-vis,* і станом на 2023 рік робота мистецьких ярмарків майже відновилася на той рівень продажів та учасників, який фіксувався до пандемії.
3. Доведено, що як міжнародна організація, *Art Basel* забезпечує галереям та художникам далекосяжні засоби комунікації, культурообмін, інвестиційну привабливість та інтенсивну виставкову діяльність, що в подальшому може привести до міжнародного визнання та комерційного успіху. Приймати участь у *Art Basel* можуть, загалом, лише комерційні художні галереї, які демонструють сучасне мистецтво. Ані художники, ані інші інституції не можуть подати заявку на цей ярмарок. Таким чином, на *Art Basel* неможливо виставлятись поза межами галереї. Для комерційної галереї отримання місця експонента на одному з ярмарків *Art Basel* може кардинально змінити ситуацію в майбутньому, адже в Базелі, Парижі, Маямі-Біч чи Гонконзі виставки об’єднують тисячі колекціонерів, художників, представників культурних установ і шанувальників мистецтва, забезпечуючи значну експозицію для галерей-учасників та можливість їхнього впізнання. Для того щоб взяти участь у *Art Basel*, галереї необхідно відповідати низці критеріїв вибіркової комісії ярмарку, які наводяться у поточній роботі.
4. Проаналізовано основні аспекти участі українських галеристів в міжнародних ярмарках та загальне ставлення українських художників щодо участі у таких заходах. Було проведено інтерв’ю з засновниками галерей *Voloshyn Gallery* та *The Naked Room*, а також з художниками, які співпрацюють з цими галереями: Нікітою Каданом, Лесею Хоменко, Анною Звягінцевою, Люсею Івановою. Загалом, художники розглядають міжнародні мистецькі ярмарки як важливий фундамент для популяризації українського мистецтва в міжнародному мистецькому середовищі. Галеристи зазначають, що на сьогоднішній день участь в міжнародних мистецьких ярмарках важлива для українських галерей не тільки задля комерційної вигоди, але і для висвітлення соціально-політичного становища України через призму творів мистецтва українських художників на воєнну тематику.

**Список використаних джерел**

1. 50 Years of Art Basel: the 1990s [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/50-years-of-art-basel--the-1990s>
2. Анна Звягінцева [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://secondaryarchive.org/artists/anna-zvyagintseva/.](https://secondaryarchive.org/artists/anna-zvyagintseva/)
3. Грищенко І. Війна Шредінгера та повітряні тривоги на картинах Люсі Іванової Іра Грищенко 29 червня 2022 [Електронний ресурс] / Іра Грищенко – Режим доступу до ресурсу: [https://birdinflight.com/nathnennya-2/20220627-vijna-na-kartinah-lyusi-ivanovoyi.html.](https://birdinflight.com/nathnennya-2/20220627-vijna-na-kartinah-lyusi-ivanovoyi.html)
4. КАРПЮК Є. КУРАТОРКИ PINCHUKARTCENTRE ПРЕДСТАВИЛИ В ШВЕЙЦАРІЇ ВІДЕОПРОГРАМУ УКРАЇНСЬКИХ МИТЦІВ [Електронний ресурс] / ЄЛИЗАВЕТА КАРПЮК – Режим доступу до ресурсу: [https://donttakefake.com/kuratorki-pinchukartcentre-predstavili-v-shvejtsariyi-videoprogramu-ukrayinskih-mittsiv/.](https://donttakefake.com/kuratorki-pinchukartcentre-predstavili-v-shvejtsariyi-videoprogramu-ukrayinskih-mittsiv/)
5. Козар О. Міфологія війни на картинах Катерини Лисовенко [Електронний ресурс] / Олена Козар – Режим доступу до ресурсу: [https://birdinflight.com/nathnennya-2/mifologiya-vijni-na-kartinah-katerini-lisovenko.html.](https://birdinflight.com/nathnennya-2/mifologiya-vijni-na-kartinah-katerini-lisovenko.html)
6. Корнейчук Л. Тепер ти в армії: Анонімні герої на картинах Лесі Хоменко [Електронний ресурс] / Ліза Корнейчук – Режим доступу до ресурсу: [https://birdinflight.com/nathnennya-2/teper-ti-v-armiyi-anonimni-geroyi-na-kartinah-lesi-homenko.html.](https://birdinflight.com/nathnennya-2/teper-ti-v-armiyi-anonimni-geroyi-na-kartinah-lesi-homenko.html)
7. Нікіта Кадан [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://nikitakadan.com/cvua/.](http://nikitakadan.com/cvua/)
8. ПРО НАС [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://voloshyngallery.art/about.html.](https://voloshyngallery.art/about.html)
9. Теллер К. Українська художниця Леся Хоменко представить персональну виставку в Маямі [Електронний ресурс] / Катя Теллер – Режим доступу до ресурсу: [https://harpersbazaar.com.ua/news/culture/ukrayinska-khudozhnytsya-lesya-khomenko-predstavyt-personalnu-vystavku-v-mayami/?fbclid=PAAabjjzniSVqlTo3f7SevcgF6idYqv55AGRkQ4I7BBPRQyDwWHJj3v3WG1fA\_aem\_AXBWGMwK9\_2rb6dOCnCIK203NyAFoEA1wy1F2xA71u1Sizygx-6IpouKRX8](https://harpersbazaar.com.ua/news/culture/ukrayinska-khudozhnytsya-lesya-khomenko-predstavyt-personalnu-vystavku-v-mayami/?fbclid=PAAabjjzniSVqlTo3f7SevcgF6idYqv55AGRkQ4I7BBPRQyDwWHJj3v3WG1fA_aem_AXBWGMwK9_2rb6dOCnCIK203NyAFoEA1wy1F2xA71u1Sizygx-6IpouKRX8PM_tttTg)
10. Українські галереї візьмуть участь у Warsaw Gallery Week [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://naszwybir.pl/warsaw-gallery-week/.](https://naszwybir.pl/warsaw-gallery-week/)
11. Художник Микола Рідний: «Мені цікаво розмовляти з точки подвійного колоніального поєднання» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://lb.ua/culture/2023/11/09/583218\_hudozhnik\_mikola\_ridniy\_meni\_tsikavo.html.](https://lb.ua/culture/2023/11/09/583218_hudozhnik_mikola_ridniy_meni_tsikavo.html)
12. ARCO MADRID 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://voloshyngallery.art/artfairs/arcomadrid.html.](about:blank)
13. Art Basel | Year 50 / [C. Dirié, M. Spiegler, H. Bellet та ін.]., 2020. – 656 с.
14. Art Basel Art Market Principles and Best Practices [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://d2u3kfwd92fzu7.cloudfront.net/AB_Art_Market_Principles_and_Best_Practices.pdf>
15. Art Basel at 50 - the 1970s [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-history-the-1970s>

<https://www.youtube.com/watch?v=62FNJjVXJgc&t=499s>

1. Art Basel at 50 – the 1980s [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-history-the-1980s>
2. Art Basel collaborates on cultural program with Basel institutions in support of Ukraine, donates more than 100,000 CHF to humanitarian aid organizations and supports Ukraine benefit concert by Pussy Riot [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artbasel.com/stories/art-basel-in-basel-2022-ukraine-announcement.](https://www.artbasel.com/stories/art-basel-in-basel-2022-ukraine-announcement)
3. Art Collector Insights 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-art-collector-insights-2023.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-art-collector-insights-2023)
4. ART DUBAI MODERN 2024 PRESENTS AN ALTERNATIVE PERSPECTIVE ON MODERN ART AFTER 1960 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artdubai.ae/blog/art-dubai-modern-2024-presents-an-alternative-perspective-on-modern-art-after-1960/.](https://www.artdubai.ae/blog/art-dubai-modern-2024-presents-an-alternative-perspective-on-modern-art-after-1960/)
5. Art fairs have become a lifeline for Ukrainian galleries—even in Basel [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.theartnewspaper.com/2022/06/16/art-fairs-have-become-a-lifeline-for-ukrainian-gallerieseven-in-basel.](about:blank)
6. Art in 2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=CKT9TvLSupc&t=10s>
7. Bamberger A. The Art of Buying Art How to evaluate and buy art like a professional collector / Alan S. Bamberger., 2018. – 448 с.
8. Binlot A. Alfredo Jaar Uses Art Basel to Make an Urgent Plea for Europe’s Migrants [Електронний ресурс] / Ann Binlot – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-alfredo-jaar-makes-an-urgent-plea-at-art-basel-let-the-migrants-in>
9. Boucher B. 10 key takeaways from the 2023 Art Basel and UBS Survey of Global Collecting [Електронний ресурс] / Brian Boucher – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/10-key-takeaways-2023-art-basel-ubs-survey-of-global-collecting>
10. Bradley K. Everything you ever wanted to know about art advisors [Електронний ресурс] / Kimberly Bradley – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/the-road-to-art-basel-advisors-miami-beach-2023-maria-brito-alex-glauber>
11. Bradley K. From the studio to the fair floor: what artists do to show at Art Basel [Електронний ресурс] / Kimberly Bradley – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/the-road-to-art-basel-hong-kong-2024-what-it-takes-for-artists-to-show-at-art-basel>
12. Conversations | 10 Things to Know About Buying Art in 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/conversations-10-things-to-know-about-buying-art-in-2023>
13. Conversations | How to Reach New Collectors [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.youtube.com/watch?v=ZR9AdVh65sU.](https://www.youtube.com/watch?v=ZR9AdVh65sU)
14. Dirié C. AA Bronson: \'Art Basel became a marker of time going by\' [Електронний ресурс] / Clément Dirié – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/50-years-aa-bronson-interview>
15. Dr. McAndrew C. THE ART MARKET 2023 A report by Art Basel & UBS / Clare Dr. McAndrew. // 2023. <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/collecting/art-market-survey/download-report-2023.html>
16. Gerlis M. The Art Fair Story A Rollercoaster Ride / Melanie Gerlis., 2021. – 102 с.
17. Gerlis M. Why galleries can’t quit fairs despite higher costs and lower returns [Електронний ресурс] / Melanie Gerlis – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theartnewspaper.com/2024/01/18/why-galleries-cant-quit-fairs-despite-higher-costs-and-lower-returns>
18. Hanson S. How to finance your art collection [Електронний ресурс] / Sarah P. Hanson – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artbasel.com/stories/art-collection-finance-loans?utm\_source=instagram\_story&utm\_campaign=editorial&utm\_medium=social&utm\_content=art-collection-finance-loans&fbclid=PAAaawroncF9eT\_yRpEwcXZuh9WInlA1ICUihjw7cx2PQ1U\_AF2Xnjbk8g8ec\_aem\_AUAszHyHWm8](https://www.artbasel.com/stories/art-collection-finance-loans?utm_source=instagram_story&utm_campaign=editorial&utm_medium=social&utm_content=art-collection-finance-loans&fbclid=PAAaawroncF9eT_yRpEwcXZuh9WInlA1ICUihjw7cx2PQ1U_AF2Xnjbk8g8ec_aem_AUAszHyHWm8xDwnL-pMtzzySRXjbPgGfaWxOfO6QFE_vC5z4UnKzIJ0-H2IEX9jltFU)
19. Higgins C. Art shows the surreal reality of wartime Ukraine in a way the news never could [Електронний ресурс] / Charlotte Higgins – Режим доступу до ресурсу: [https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/feb/25/art-reality-wartime-ukraine-poem-war?fbclid=PAAaZyUf5JwS-JlCQvV8L\_KiwN7x3pdXGkwSdj16abfb2v6OJ2RVUwXIff5qU\_aem\_AeSFW6X9jXakWtNgWPnTDzJiwE2VIusaWiUOMqVJzuF9C33D08NDJRSVTUs2stMD2ps.](https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/feb/25/art-reality-wartime-ukraine-poem-war?fbclid=PAAaZyUf5JwS-JlCQvV8L_KiwN7x3pdXGkwSdj16abfb2v6OJ2RVUwXIff5qU_aem_AeSFW6X9jXakWtNgWPnTDzJiwE2VIusaWiUOMqVJzuF9C33D08NDJRSVTUs2stMD2ps)
20. History [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/about/history>
21. Hospitality [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.barryflanagan.com/artworks/hospitality/.](https://www.barryflanagan.com/artworks/hospitality/)
22. How Simone Leigh’s Sculptures Centering Black Women Brought Her to the Venice Biennale [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artnews.com/feature/simone-leigh-who-is-she-why-is-she-famous-1234574361/.](https://www.artnews.com/feature/simone-leigh-who-is-she-why-is-she-famous-1234574361/)

<https://www.thecollector.com/the-worlds-most-prestigious-art-fairs/>.

1. Jhala K. What sold on Art Basel\'s first VIP day: from a $22.5m Bourgeois spider to a huge $2.5m Richter sculpture [Електронний ресурс] / Kabir Jhala – Режим доступу до ресурсу: [https://www.theartnewspaper.com/2023/06/13/what-sold-on-art-basels-first-vip-day-from-a-225m-bourgeois-spider-to-a-huge-25m-richter-sculpture.](https://www.theartnewspaper.com/2023/06/13/what-sold-on-art-basels-first-vip-day-from-a-225m-bourgeois-spider-to-a-huge-25m-richter-sculpture)
2. Judah H. Instant gratification: fifty years of video at Art Basel [Електронний ресурс] / Hettie Judah – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/50-years-video-art>
3. Kakar A. 5 Collectors on Their Highlights and Purchases from Art Basel 2023 [Електронний ресурс] / Arun Kakar – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-collectors-highlights-purchases-art-basel-2023.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-collectors-highlights-purchases-art-basel-2023)
4. Kakar A. 5 Things We Learned from Art Basel and UBS’s Report “The Art Market 2023” [Електронний ресурс] / Arun Kakar – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-things-learned-art-basel-ubss-report-the-art-market-2023.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-things-learned-art-basel-ubss-report-the-art-market-2023)
5. Kakar A. At Liste Art Fair Basel 2023, Emerging Artists Fuse the Personal and the Political [Електронний ресурс] / Arun Kakar – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-liste-art-fair-basel-2023-emerging-artists-fuse-personal-political.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-liste-art-fair-basel-2023-emerging-artists-fuse-personal-political)
6. Kakar A. The 10 Best Booths at Art Basel in Basel 2023 [Електронний ресурс] / Arun Kakar – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-10-best-booths-art-basel-basel-2023.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-10-best-booths-art-basel-basel-2023)
7. Kakar A. The Artsy Art Fair Report 2024 [Електронний ресурс] / Arun Kakar – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-artsy-art-fair-report-2024>
8. Kakar A. What Sold at Art Basel in Basel 2023 [Електронний ресурс] / Arun Kakar – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-sold-art-basel-basel-2023.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-sold-art-basel-basel-2023)
9. Karar A. 5 Themes That Will Define the Art Market in 2024 [Електронний ресурс] / Arun Karar – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-themes-will-define-art-market-2024.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-themes-will-define-art-market-2024)
10. Kunstmesse Artgenève \"Die Schweizer wissen, was sie wollen\" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.monopol-magazin.de/artgeneve-die-schweizer-wissen-was-sie-wollen?slide=3](about:blank).
11. LISTE BASEL 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://voloshyngallery.art/artfairs/listebasel.html.](https://voloshyngallery.art/artfairs/listebasel.html)
12. Liste History [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.liste.ch/en/about/history.html>
13. Looking to the Art Fair World of 2024 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.nytimes.com/2023/12/05/arts/design/art-fair-schedule-2024.html.](https://www.nytimes.com/2023/12/05/arts/design/art-fair-schedule-2024.html)
14. LOVE for Art Basel 1987 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/artwork/robert-indiana-love-for-art-basel-1987-1.](https://www.artsy.net/artwork/robert-indiana-love-for-art-basel-1987-1)
15. Lynda Benglis [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artbasel.com/catalog/artist/6996/Lynda-Benglis.](https://www.artbasel.com/catalog/artist/6996/Lynda-Benglis)
16. Lynda Benglis An Alphabet of Forms [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.pacegallery.com/exhibitions/lynda-benglis-alphabet-of-forms/.](https://www.pacegallery.com/exhibitions/lynda-benglis-alphabet-of-forms/)
17. Martinez J. The World’s Most Prestigious Art Fairs (By Continent/Region) [Електронний ресурс] / Jacqueline Martinez – Режим доступу до ресурсу:<https://www.thecollector.com/the-worlds-most-prestigious-art-fairs/>
18. Meet the artists | Chiharu Shiota [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artbasel.com/stories/meet-the-artists-chiharu-shiota.](https://www.artbasel.com/stories/meet-the-artists-chiharu-shiota)
19. Milliard C. My first Art Basel: David Juda [Електронний ресурс] / Coline Milliard – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/50-years-my-first-art-basel-david-juda>
20. Nate F. What It Costs Galleries to Go to Art Basel [Електронний ресурс] / Freeman Nate – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-costs-galleries-art-basel.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-costs-galleries-art-basel)
21. P. Kelly B. 5 Artists to Discover at Liste Art Fair Basel [Електронний ресурс] / Brian P. Kelly – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-artists-discover-liste-art-fair-basel-2022.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-artists-discover-liste-art-fair-basel-2022)
22. P. Kelly B. What Sold at Art Basel in Basel 2022 [Електронний ресурс] / Brian P. Kelly – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-sold-art-basel-basel-2022.](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-sold-art-basel-basel-2022)
23. PARTICIPATION PACKAGE. Gallery Showkit Hong Kong [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artbasel.com/dashboard/gallery-showkit-hong-kong/pricing-and-invoicing?gad\_source=1&gclid=CjwKCAjwh4-wBhB3EiwAeJsppOpxKeyrdnzhhYGWhf4Yofbohj9OV60Css656sB5jgzBq0VQXKdBcxoCQGYQAvD\_BwE.](https://www.artbasel.com/dashboard/gallery-showkit-hong-kong/pricing-and-invoicing?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwh4-wBhB3EiwAeJsppOpxKeyrdnzhhYGWhf4Yofbohj9OV60Css656sB5jgzBq0VQXKdBcxoCQGYQAvD_BwE)
24. Pogrebin R. 20 years of Art Basel Miami Beach: Present at the creation [Електронний ресурс] / Robin Pogrebin – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/20-years-art-basel-miami-beach-oral-history-part-one>
25. Porterfield C. ‘In Miami, we are quite unique’: Ukrainian gallerists on their new Miami space [Електронний ресурс] / Carlie Porterfield – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theartnewspaper.com/2023/12/05/in-miami-we-are-quite-unique-ukrainian-gallerists-on-their-new-miami-space>
26. Price Check! Here’s What Sold—and For How Much—at Art Basel Miami Beach 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://news.artnet.com/market/price-check-art-basel-miami-beach-2023-2404640.](https://news.artnet.com/market/price-check-art-basel-miami-beach-2023-2404640)
27. Ripley D. What’s the Price of Love? Ask the Auctioneers of the Robert Indiana Love Sculptures [Електронний ресурс] / Deborah Ripley – Режим доступу до ресурсу: [https://news.artnet.com/market/what-price-love-ask-the-auctioneers-who-put-robert-indiana-on-the-block-1594.](https://news.artnet.com/market/what-price-love-ask-the-auctioneers-who-put-robert-indiana-on-the-block-1594)
28. Romack C. Colette Lumiere: ‘Being joyful is completely underrated’ [Електронний ресурс] / Coco Romack – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artbasel.com/stories/colette-lumiere-new-york-company-gallery-feature-art-basel-2023.](https://www.artbasel.com/stories/colette-lumiere-new-york-company-gallery-feature-art-basel-2023)
29. Russian dealers make way for Ukrainian galleries at Liste fair in June [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.theartnewspaper.com/2022/03/24/russian-dealers-make-way-for-ukrainian-galleries-at-liste-fair-in-june.](about:blank)
30. Sheets H. Looking to the Art Fair World of 2024 [Електронний ресурс] / Hilarie M. Sheets – Режим доступу до ресурсу: [https://www.nytimes.com/2023/12/05/arts/design/art-fair-schedule-2024.html.](https://www.nytimes.com/2023/12/05/arts/design/art-fair-schedule-2024.html)
31. Sokol B. In Miami, a Ukrainian Art Show Becomes Unintentionally Timely [Електронний ресурс] / Brett Sokol – Режим доступу до ресурсу: [https://www.nytimes.com/2022/02/28/arts/design/miami-ukrainian-art-show.html?searchResultPosition=1.](https://www.nytimes.com/2022/02/28/arts/design/miami-ukrainian-art-show.html?searchResultPosition=1)
32. Sutton B. Ukrainian artists reflect on Russia’s war at Expo Chicago [Електронний ресурс] / Benjamin Sutton – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theartnewspaper.com/2023/04/13/expo-chicago-fair-ukraine-voloshyn-gallery>
33. The Art Basel and UBS Survey of Global Collecting 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://theartmarket.artbasel.com/download/The-Art-Basel-and-UBS-Survey-of-Global-Collecting-in-2023.pdf>
34. THE NAKED ROOM [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.thenakedroom.com/en/about.](https://www.thenakedroom.com/en/about)
35. The principal marketplaces [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2022/the-principal-marketplaces/.](about:blank)
36. The ultimate guide to Art Basel's 2023 edition in Basel [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.artbasel.com/stories/the-ultimate-guide-to-art-basel-2023-edition-in-basel>
37. Tomkins C. The Monumental Success of Simone Leigh [Електронний ресурс] / Calvin Tomkins – Режим доступу до ресурсу: [https://www.newyorker.com/magazine/2022/03/28/the-monumental-success-of-simone-leigh.](https://www.newyorker.com/magazine/2022/03/28/the-monumental-success-of-simone-leigh)
38. Tracey Emin [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.xavierhufkens.com/artists/tracey-emin.](https://www.xavierhufkens.com/artists/tracey-emin)
39. UGO RONDINONE’s \"the sun\" and \"the moon\" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/p/CwXrgcXoZZ9/?igsh=MW9zZTdwenZyZHI2Zg%3D%3D.](https://www.instagram.com/p/CwXrgcXoZZ9/?igsh=MW9zZTdwenZyZHI2Zg%3D%3D)
40. Why galleries can’t quit fairs despite higher costs and lower returns [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.theartnewspaper.com/2024/01/18/why-galleries-cant-quit-fairs-despite-higher-costs-and-lower-returns.](about:blank)
41. Zara J. Tens of Thousands of Artworks Have Debuted at Art Basel Miami Beach Over the Past 20 Years. Here Are 11 of the Most Memorable [Електронний ресурс] / Janelle Zara – Режим доступу до ресурсу: <https://news.artnet.com/market/10-memorable-artworks-from-the-past-20-years-art-basel-miami-beach-2213627>