

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-301-2-102>

Мельникова Ольга, студентка магістратури ФТІМ НАОМА
(науковий керівник: кандидат мистецтвознавства, доцент О. Ю. Денисюк)

Світовий досвід корпоративного артколекціонування та його застосування в українських реаліях

Ключові слова: корпорація, артколекціонування, меценат, об'єкт мистецтва, інвестиція, капітал, культурні дивіденди.

Olga Melnykova, MA student, NAFAA
(academic mentor: Associate Professor Olga Denysuk)

The world's best practices in corporate art collecting and their implementation in Ukrainian realities

Abstract: The report examines the world's best practices in corporate art collecting based on the experience of the most influential businesses and corporations passionate about art. The main principles and motivation of art collecting are defined, and the cultural and social crescendo they cause in society is formulated.

Substantiation is outlined and comparative analysis is made between corporate art collections in economically developed high-income countries as opposed to young developing countries. The report also defines the classification of corporate art collections based on the motivation of their owners, as well as the mission and vision of the companies they establish at all social levels. In addition, the report outlines the main principles of forming corporate art collections in Ukrainian realities. It also contains suggestions on how to follow these principles so that Ukraine can rise to the international arena of corporate art collection culture. The main problems of the local corporate art collecting market are defined. Besides, its interaction with business is studied and potential legal, economic and cultural collisions are mentioned. They need to be addressed to build and create sustainable cultural development with the support of corporations and influential business representatives.

Key words: corporation, art collecting, patron, art object, investment, capital, cultural dividend.

Людське суспільство постійно еволюціонує в часі, так само, як і його ставлення до прекрасного та до мистецтва. З розвитком науково-технічного прогресу та накопиченням значних матеріальних цінностей виникають глобальні корпорації, які зазвичай мають на меті виключно максимізацію прибутків. І лише невелика кількість власників корпорацій, що справді тяжіють до мистецтва та цінують його, вирішують зробити це пристрастю свого життя, таким чином, відкриваючи першу сторінку в історії корпоративного артколекціонування. В глобальному масштабі найбільші з них сконцентровані в США та Західній Європі, оскільки саме ці регіони завжди історично були осередками великого капіталу. Варто зазначити, що не завжди початковою мотивацією була економічна вигода, так, наприклад, Девід Рокфеллер чітко виокремлював важливість

Section 4. Problems of modern art and art management

мистецтва та культури як національного надбання для наступних поколінь, про що неодноразово засвідчував не лише у своїх публічних виступах, але і підтверджував на справі. Яскравим свідченням даного твердження є заснована ним корпоративна артколекція банку JP Morgan Chase, що і по сьогодні у всьому світі існує платонівським ідеалом для наслідування. Корпоративні артколекції можна поділяти за багатьма ознаками та класифікувати в розрізі численних факторів, але можна і поєднувати, зазначивши при цьому спільний між ними знаменник. І знаменник цей полягає в тому, що мистецька колекція, що формується корпорацією, є тим самим з'єднувальним елементом, що дозволяє доторкнутись до прекрасного та високого широкій громадськості за допомогою підтримки неабияких фінансових потужностей та одночасно надати можливість розвитку перспективним художникам сучасності. Деякі найкращі зібрання не завжди знаходяться у музеях і не завжди пересічна людина може знаходитись в оточенні шедеврів щодня. Саме корпоративні колекції активно сприяють благополуччю співробітників компанії, її клієнтів, постачальників та гостей – на рівні компанії, а тісна співпраця між партнерами – на національному рівні.

Саме тісна співпраця представників бізнесу, поціновувачів мистецтва та власне митців може стати каталізатором культурного прогресу та принести не лише фінансові, але й культурні дивіденди у вигляді національного надбання для наступних поколінь.

Україна в даний момент знаходиться лише на етапі становлення корпоративної культури та етики в цілому, і лише деякі компанії роблять перші кроки в напрямку до формування грамотної корпоративної артколекції. Насправді це дуже позитивне явище, адже будь-який рух це – прогрес, особливо коли існує еталон для наслідування – вітчизняна колекція «Градобанку». За умови поєднання найкращого світового досвіду з національними прагненнями до самовизначення та грамотними спеціалістами, які сполучають управлінський досвід з глибокими знаннями у мистецтвознавстві, Україна має всі шанси вийти на світову арену корпоративного артколекціонування та посісти на ній гідне місце.

