



УДК 7:339.166.5:347.78

DOI <https://doi.org/10.15407/nz2019.06.1700>

## МИСТЕЦЬКИЙ ТВІР ЯК ВИМІР ГРОШОВОГО ЕКВІВАЛЕНТА

Ігор ГАВРИШКЕВИЧ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4074-5248>

доцент,

Львівська національна академія мистецтв,

кафедра академічного живопису,

Народний художник України,

Заслужений діяч мистецтв України,

член Національної Спілки художників України,

вул. Кубійовича, 38, 79011, Львів, Україна

Феномен арт-ринку піднімає питання цінності художнього твору, дає змогу вивчити механізм взаємодії світу грошей і світу мистецтва. *Мета* цієї статті полягає не тільки у визначенні категорії творів мистецтва, які можна віднести до вигідного грошового еквівалента. Вона покликана визначити певні ознаки вершин творчості у сфері мистецтва. *Завдання* — у необхідності з'ясувати, які особливості твору та за яких обставин можуть перетворити його у грошовий еквівалент, а також — які саме художні твори володіють таким потенціалом.

*Методологічну основу* становить економіко-культурологічний підхід, що розкриває питання співвідношення естетичної цінності й економічної вартості творів мистецтва. Серед загальнонаукових методів слід відзначити порівняльно-історичний, частково метод аналізу, синтезу та моделювання.

*Результатом* дослідження стало визначення особливого механізму в мистецькій сфері, який приводить до зростання грошового еквівалента художнього твору. Здійснена спроба виявити способи утворення та сферу застосування грошового еквівалента, а також дати відповідь на питання, чи вигідним є збереження капіталу в мистецьких творах. Проаналізовано аспект грошової значущості визначних суспільством шедеврів світового мистецтва та його вплив на штучно возведені в ранг «шедеврів» твори, що прирівнюються за вартістю, а не за художньою цінністю.

**Ключові слова:** художній твір, грошовий еквівалент, арт-ринок, шедевр, капітал.

Ihor HAVRYSHKEVYCH

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4074-5248>

People's Artist of Ukraine,

Honored Artist of Ukraine,

member of the National Union of Artists of Ukraine,

Associate Professor of Academic Painting

Lviv National Academy of Arts

38 Kubiyovycha Str., 79011 Lviv, Ukraine

### ART WORK AS A DIMENSION OF A MONETARY EQUIVALENT

**Formulation of the problem.** The phenomenon of the art market raises questions about the value of an art work and allows to study the mechanism of interaction between the world of money and the world of art. There is a certain similarity between the system of money and the system of art: both systems are symbolic, their value is the result of a public contract, in the meaning of a social construction, not something inherently by definition. In both cases, the institution — the bank or the museum (gallery) — is the guarantor of value, thus confirming or denying their importance and legitimacy. So, exchanging money for art we exchange one abstraction for another, confirming the absolute conditionality of the weight of one to another.

**Actuality.** The art market is not only a mechanism for buying and selling art works, but also a space where economics, art, sociology, and philosophy meet. It should be noted that nowadays there are almost no comprehensive studies on the problems of the development and functioning of art market. It is a phenomenon that gives rise to the reflections on the value of an art work, which allows us to look at the specific relationship between the world of money and the art world, to understand the reasons why collectors consider it necessary to buy art works, and artists — to embody alternative ways of interacting with the market. As a result, the issue of identifying a specific mechanism in the artistic field becomes relevant, and it can lead to an increase in the monetary equivalent.

**The purpose** of this article is not only to identify the category of art works that can be attributed to a profitable monetary equivalent. It aims also to identify certain signs of the pinnacle of creativity in the field of art. **The task** is to find out what features of the work and under which circumstances can turn it into monetary equivalent, as well as to find out which art works have such a potential.

**The methodological background** is the economic and cultural approach, which raises the question of the relation between the aesthetic value and the economic value of the art works. Among the scientific methods it is worth mentioning a comparative historical method, partly a method of analysis, synthesis and modeling.

**The result** of the study was the identifying of a specific mechanism in the artistic field, which leads to an increase in the monetary equivalent of an art work. An attempt to identify the ways of formation and scope of monetary equivalent, as well as to answer the question whether it is profitable to save the capital in the form of the artworks was made

**Keywords:** artwork, monetary equivalent, art market, masterpiece, capital.

**Вступ.** *Постановка проблеми.* Між системою грошей і системою мистецтва є певна схожість: обидві системи символічні, їхня цінність — результат суспільного договору, тобто це — соціальна конструкція, а не щось властиве за визначенням. В обидвох випадках гарантом цінності виступає інституція — банк або музей (галерея) відповідно, — підтверджуючи або спростовуючи їх значущість і легітимність. Отже, обмінюючи гроші на мистецтво, ми обмінюємо одну абстракцію на іншу, підтверджуючи абсолютну умовність ваги одного стосовно іншого. За таких умов постає питання кореляції художньої цінності й економічної вартості.

*Актуальність.* Арт-ринок — це не тільки механізм купівлі-продажу творів мистецтва, але простір, де стикаються економіка, мистецтво, соціологія, філософія. Це феномен, який стає приводом для роздумів щодо цінності художнього твору, що дає змогу поглянути на специфіку відносин світу грошей і світу мистецтва, розібратись у причинах, з яких колекціонери вважають за необхідне купувати твори, а митці — втілювати альтернативні шляхи взаємодії з ринком. Внаслідок цього актуалізується питання щодо визначення особливого механізму в мистецькій сфері, який може призвести до зростання еквівалента грошового, а водночас і питання вигоди збереження капіталу в мистецьких творах.

*Аналіз останніх досліджень та публікацій.* Відзначимо, що на сьогодні практично відсутні комплексні дослідження з проблем розвитку арт-ринку. Економіко-культурологічний підхід, що розкриває питання співвідношення естетичної цінності й економічної вартості творів мистецтва, розглядався ще у працях класиків економічної науки: Д. Рікардо [1] та А. Сміта [2], а також у праці А. Арутюнової «Простір художнього експерименту» [3].

Проблемам ціноутворення в мистецькій сфері, особливостям виявлення естетичної та економічної цінності мистецьких творів присвячені дослідження С. Заграєвського [4] та Б. Гройса [5].

Спроби формування критеріїв цінності мистецького твору та надання статусу шедевра здійснені у працях Д. Арнольд [6], Е. Панкхерста та Л. Хокслі [7]. Варто відзначити такі роботи про арт-ринок як «Продано! Мистецтво та гроші» Пірошки Доссі [8] та «Ціна мистецтва» Жюдит Бенаму-Юе [9].

Дослідження арт-ринку в сукупності мистецтвознавчих, культурологічних і соціологічних аспектів представлено в колективній монографії культуроло-

гів і філософів за редакцією Т. Шехтера «Художній ринок. Питання теорії, історії, методології» [10].

Дослідження світового арт-ринку, яке щорічно публікує компанія Arts Economics [11] і її глава доктор Клер Макендрю, нині є основним джерелом даних для всіх арт-аналітиків. Раніше дослідження замовляв ярмарок TEFAF, але тепер його спонсорує Art Basel.

*Мета* цієї статті полягає не тільки у визначенні категорії творів мистецтва, які можна віднести до вигідного грошового еквівалента. Вона має визначити певні ознаки вершин творчості у сфері мистецтва. *Завдання* — у необхідності з'ясувати, які особливості твору та за яких обставин можуть перетворити його у грошовий еквівалент, а також — які саме художні твори володіють таким потенціалом.

**Основна частина.** У самому зв'язку мистецтва та грошей немає нічого нового — в усі часи воно продавалося за гроші. «Товарні відносини» мистця та замовника існували ще у Стародавній Греції. Говорячи про ринки мистецтва, слід розрізняти «первинні» ринки, де твір продається вперше, та «вторинні», де цей твір перепродається. Істотна відмінність вторинних художніх ринків від первинних полягає у тому, що придбаний колись художній твір з часом стає більш цінним і знову пропонується до продажу. Наприклад, приватна колекція може бути розпродана при зміні власника внаслідок успадкування. У цьому випадку свого часу продані твори мистецтва знову виходять на ринок [12].

Перші аукціонні будинки стали зароджуватися ще в II пол. XVIII ст. у столицях Європи, де виникли аукціони Sotheby's (Лондон, 1744) і Christie's (1766), які діють й донині. Але в середині XIX ст. в Європі сформувалася нова система художнього ринку. Її «активними» стали: дилери — торговці творами мистецтва, галереї та виставки, розпродажі й аукціони, видання мистецьких журналів і каталогів, рекламні заходи. У цю систему ввійшли також товариства експертів, художні критики, музейні фахівці, колекціонери. Окрім віддавна освоєного акту купівлі-продажу стала формуватися ціла система просування товару — маркетинг.

З-поміж найвідоміших і найталановитіших перших дилерів у приклад можна поставити Амбруаза Воллара (1866—1939), який був ще й видавцем і автором біографій Сезанна, Ренуара, Дега. Маючи юридичну освіту, він зумів розгледіти, оцінити художників нового напрямку та досягти успіхів у торгівлі картинами. На порозі нових модерністських відкриттів Воллар —



Іл. 1. Пабло Пікассо «Алжирські жінки»

як ніхто інший — відчував дух часу, ставши й одним із вершителей революції у світі мистецтва, у свідомості людей. Девіз Воллара: «купуй дешево — продавай дорого». Найвидатніші тогочасні колекціонери опиняються серед його клієнтів. Сезанн відзначав, що Амбруаз з одного погляду міг оцінити твір мистецтва. Це був величезний ризик для Воллара, він був на межі банкрутства, адже навіть серед колеґ-аванґардистів Сезанна вважали справжнім божевільним, називаючи його живопис мазаниною. А вже через кілька місяців, після активної пропаґандистської роботи Воллара, за цими полотнами шикувалися в чергу, які ж він незабаром і перепродає вдвічі-тричі дорожче за їх початкову вартість. Клієнти вірили йому на слові, адже ім'я і смак Воллара були беззаперечними. Ці записи зафіксовані у його книзі «Спогади торговця картинами» [13]. Так А. Воллар «виплекав» ціле покоління мистців-геніїв, чії роботи зараз є найдорожчими у світі.

Стає очевидним, що нині мистецькі твори все частіше позиціонуються не лише як духовні, але і як комерційні цінності. Зміни, пов'язані з переходом на ринкову економіку, спричинили й комерціалізацію мистецтва, формування нової моделі мистецької свідомості суспільства, взаємодії бізнесу та культури. Товарообіг художніх творів ми розуміємо як фактор, що здійснює істотний вплив на розвиток сучасного мистецтва, на самі творчі процеси, а також на особистість художника. У вузькому сенсі арт-ринок — це винятково економічна категорія, що передбачає формування загального порядку цін на художні твори того чи іншого автора, його інвестиційну привабливість, посередництво укладання угод з купівлі-продажу мистецьких творів. Проте арт-ринок не може обмежуватися

винятково цими діями. Твір мистецтва володіє й духовними, нематеріальними цінностями, оцінити які в міру унікальності та неповторності досить складно, тому арт-ринок залучений до обґрунтувань цінності мистецького твору різними способами.

Сучасний арт-ринок стикається із безліччю проблем, але однією з основних є відсутність розроблених методів оцінки творів мистецтва, що базуються на економічних підходах. Не з'ясовано, за якими параметрами можна визначити, що один об'єкт — це мистецький твір і придбати його можна іноді лише за досить велику суму, а інший такими можливостями для продажу не володіє. Твір мистецтва — не цінні папери, його фінансова вартість є такою ж незбагненою та невловимою, як і посмішка Мони Лізи, — каже Джон Ґеппер, заступник редактора *Financial Times* [14]. Наприклад, такі шедеври як «Алжирські жінки» Пікассо (іл. 1), часто демонструють посереднє зростання — у той час, як менш знаменитий живопис має кращу можливість забезпечення стабільного прибутку. Беззаперечно, що «Алжирські жінки» — мистецький шедевр, та закрадається сумнів стосовно того, чи є він унікальною інвестицією.

Стан справ на ринку мистецтва такий, що його агенти діють в умовах невизначеності: цінність сучасного мистецтва у своїй основі — величина непевна. Твори цієї категорії користуються не просто попитом — вони продаються за рекордні суми, що іноді перевищують ціни на живопис старих майстрів. Проте, саме антикваріат є тим «золотом», що стабільно зростає в ціні і принесе власникам гарантований дохід. Купівля сучасного мистецтва не вважається перевірною інвестиційною стратегією, але твори цієї категорії нині у великому попиті та високо поціновані.

«Акт споживання ніколи не є просто купівлею (зворотне перетворення мінової вартості у споживчу), адже він ще й трата, тобто декларація багатства, деклароване руйнування багатства» [15, с. 145]. Можливість таких трат, на думку Ж. Бодріяра, які полягають у публічному руйнуванні багатства, і підкреслює високий соціальний статус людини, її місце в суспільній ієрархії. Вона платить за статус, за приналежність до еліти, купівля творів служить соціальним маркером, що вирізняє касту «своїх». Як об'єкти показової трати, твори сучасного мистецтва самі по собі можуть бути не такі важливі — їх художня цінність не має для споживача великого значення.

Тут покупець може керуватись і не так принципом фінансової вигоди, який, поряд із історичною та художньою цінністю, враховують колекціонери «старого» мистецтва. Проте, мільйонери та мільярди викладають величезні суми за художні твори. Вони усвідомлюють, що предмети мистецтва можуть бути не тільки статусними, але й вигідним інвестиційним інструментом. Колекціонери платять не просто за роботу, а за легендарний, впізнаваний бренд.

Іноді непросто сформувані естетичне судження щодо прекрасного в картині, сенсу, який вона приховує, та й взагалі — доцільності картини, якщо глядач не може її зрозуміти. Історія знає безліч прикладів, коли мистецтво викликало суспільний гнів або відторгнення. На це питання колись відповів Іммануїл Кант: він стверджував, що такі твори змушують нас мислити та розмірковувати. А поняття прекрасного поступово розширюється, що, зі свого боку, повільно, але наполегливо змінює суспільну думку [6].

Мистецтвознавці Енді Панкхерст і Люсінда Хокслі у книзі «Чому це шедевр: 80 історій великих творів» допомагають вникнути в таємницю кожного із творів, відкрити їх цінність через бездоганну композицію або колірне рішення, віртуозну техніку чи глибину проникнення в психологію персонажів. Представлено 80 шедеврів, створених у різний час і приналежних до різних культур, які розподілені по 10 категоріям. Кожна представляє певний прийом: рух, виразність, деформацію, реалістичність, форму, сюжет, і т. д. Розгляд відбувається на прикладі різних творів: від наскельного живопису до сучасного абстрактного мистецтва [7].

Сама система художнього ринку — це не просто обіг художніх цінностей засобом купівлі-продажу, а явище набагато складніше, пов'язане з іншими суб'єктами художніх комунікацій, в рамках яких відбувається просування мистця на арт-ринок. «Це соціальний простір, де спільнота творців, покупців, посередників і організаторів цього простору за допомогою цілого комплексу суспільних інструментів — галерей, виставок, конференцій, публікацій тощо — спільно встановлюють, чи вважати цей артефакт мистецькою річчю, яке його значення в рамках арт-ринку та його ціна», — писав культуролог М. Найдоф [16, с. 19]. Але все ж основна функція ринку — торгівля творами мистецтва. Б. Гройс у своїй роботі «Апологія ринку» стверджує, що немає жодного сенсу продукувати мистецтво, якщо його не

виставляти і не продавати: досить тоді внутрішнього споглядання. Мистецтво орієнтоване на створення цінностей і на їх збут [5, с. 8].

Щодня проводяться десятки аукціонів у різних країнах світу. Щорічно проходять десятки ярмарків, актуальне мистецтво влаштовує огляди досягнень. Іноді галерея відразу бере молодого художника на контракт, гарантуючи невелику щомісячну плату, фінансування проєктів і просування на ринках [17, с. 38]. Ще в минулому столітті Ж.-Ф. Ліотар описував ситуацію, що річний оборот світового арт-ринку досягає декількох сотень мільярдів доларів, у ньому задіяні сотні тисяч людей. Торгівля картинами вважається прибутковим і престижним бізнесом. Ціни на західному ринку давно вже стали обчислюватися десятками, сотнями тисяч і навіть мільйонами доларів, а обсяг коштів, витрачених на твори мистецтва, неухильно зростає [18].

Все це викликало істотні зміни в мистецькому середовищі. Спекулянти прийшли на зміну істинним знавцям мистецтва, а вони добре орієнтуються в кон'юнктурі та досконало володіють промоушн-системою — підготовки ринку до необхідного товару. Так, скульптуру американського художника Джеффа Кунса «Кролик» (іл. 2) 15 травня 2019 року продали на аукціоні Christie's за 91 млн. доларів, що зробило Кунса найдорожчим з нині живих художників.

Заробляти гроші Кунс навчався, швидше за все, ще коли працював брокером на Уолл-Стріт. Скульптура з нержавіючої сталі, інспірована дитячою надувною іграшкою, створена Кунсом в 1986 році побила рекорд, встановлений в листопаді 2018 року картиною британського художника Девіда Хокні «Портрет художника (Басейн з двома фігурами)», яка пішла з молотка за 90,6 млн. доларів (іл. 3).

Гроші завжди супроводжують мистецтво, хоч апріорі не мають нічого з ним спільного — плеканням мистецтва або його сенсами. Із надвисокими цінами цілих корпорацій Кунса або Хокні ринок намагається звести мистецтво до знака долара, і часто досягає успіху [19, с. 1]. Прояв згаданого тренду називають явищем «цінової бульбашки». З точки зору економіки, цінові бульбашки на ринках виникають тоді, коли угоди купівлі-продажу творів укладаються за вартістю, що значно перевищує їх реальну ціну. Основною причиною цінових бульбашок на арт-ринку економіст Юлія Мельник вважає суб'єктивний характер оцінки справедливої ціни твору мистецтва [20].



Іл. 2. Скульптура «Кролик» Джеффа Кунса

Агресивне просування сучасного мистецтва на ринку істотно применшило значення академії мистецтв як організаторів і регламентаторів мистецького життя держави, виставивши на перший план систему галерей, де продаються-купуються ті твори, які можуть принести прибуток торгівцю. Галерея вкладається у продукування художніх робіт, їх розкрутку, каталоги, публікації, вона возить художника на ярмарки, оплачує оренду виставкових місць, транспортні витрати, приймає на себе фінансові ризики в разі, якщо такі роботи не продадуться [21].

Галеристів, зі свого боку, потіснили куратори. Куратор — вже не просто продавець, а менеджер з маркетингу. «Професія куратора стала більш важливою для мистецтва, ніж робота художника» [22]. Важливу роль серед суб'єктів ринку відіграють також художні музеї. Купуючи твір художника, вони возвеличують його ім'я, підвищують рейтинг його творів, а, отже, і їх вартість. Потрапивши в музей, твір автоматично набирає більш значущого масштабу.

Сучасне мистецтво не має строгих критеріїв і рамок. Навпаки — воно порушує всі можливі умовності. Але як тоді не заплутатися в складному питанні, зрозуміти, хто з художників — геній, а хто просто майстер епатажу — свою позицію стосовно цих питань має галеристка Юлія Волошина [23]. На її думку, у справжнього твору мистецтва є ряд критеріїв, які нескладно розпізнати.

*Новаторство.* Як відомо, генії — порушники установлених законів. Саме новаторські ідеї, оригінальність, свіжий погляд навіть на банальні речі відрізняють мистецтво від ремесла. Сучасний художник завжди намагається вийти за рамки прийнятих стандартів, знайти нові засоби вираження. Саме постійні сміливі експерименти, на які міг зважитися тільки божевільний або геній, принесли художнику світову славу.

*Майстерність.* Мистецтво повинне захоплювати. Чим якісніша і складніша робота, тим більша її цінність. Зараз вражає не просто ідея, але річ, яку складно повторити, на яку витрачено багато часу, праці, матеріалу та грошей. Це не тільки новаторство, але і поєднання праці, художньої думки, високої майстерності.

*Сенс.* Просто красива незвична складна річ — це об'єкт дизайну. Твір мистецтва відноситься до категорії духовної, тому він повинен нести певне послання, володіти глибоким змістом.

*Інтерактивність.* Глядач бере активну участь у процесі творення. Сучасний твір мистецтва — це завжди двозначність, відкрите питання, на яке кожен повинен відповісти собі сам. Інший приклад інтерактивності — створення атмосфери, коли твір мистецтва буквально поглинає глядача у свій світ.

*Соціальна актуальність.* Сучасне мистецтво піднімає гострі соціальні питання, протестує, бунтує, сперечається. Це спосіб рефлексії для суспільства, дзеркало, в яке дивиться цивілізація.

*Авторський стиль.* Кожен художник шукає унікальний, неповторний стиль, своєрідний знак якості, за яким би його впізнавали сучасники та нащадки.

*Психологізм.* Торкається інформаційної та емоційної сфери. Такі твори пробуджують глибокі емоції, апелюють до чуттєвості, до підсвідомості глядача.

*Композиційна гармонія.* Цілісність і довершеність роботи — один із найважливіших критеріїв. Мистець позбавляє твір усього зайвого, прагнучи зробити максимально лаконічним.

На основі окремих суб'єктивних висновків автор висуває гіпотезу, що існують дві основні категорії творів-шедеврів мистецтва. Справжні — випробувані критикою і часом, а також твори, штучно приведені у ранг шедеврів.

То ж які ознаки штучного прирівнювання творів мистецтва до визнаних шедеврів? Вважаємо, що таких ознак є не менше, ніж три. До них можна віднести такі чинники як: легенда твору, час його створення і ха-

ризматичність таланту художника як автора твору. Ці чинники можуть бути основними, але їх недостатньо для пошуку і з'ясування істини у цій проблематиці.

Чинники, що ведуть до головної істини — щодо того, якими є визнані шедеври. Вони мають ознаки, що виявляють феноменальні особливості твору. Такі твори діють на душу, викликають у глядача певні думки, появу максимальної кількості естетичних чи інших почуттів великої сили, — хоча він не завжди відразу у змозі буде відреагувати. Але мова йде не про інтерпретацію, яка приходить пізніше, а про те, що художній об'єкт від нас певним чином вимагає. Це потреба, закладена в самому творі сучасного мистецтва: він вимагає реакції, і бажано аналітичної реконструкції пережитого нами враження. Саме по собі враження буває миттєвим — воно вражає, і ми можемо бути охоплені ним буквально частку секунди. Якщо ми виявимося потім здатними реконструювати те, що відбулося, пояснити собі, то зрозуміємо, що тут народжується новий досвід. А спричиняється він дійсно певним теоретичним або критичним зусиллям, навіть якщо спеціально до цього не вдаватися.

Звідси зрозуміло, що лише технічно чи формально досконале художнє зображення не є і не може бути шедевром. Звичайно, справжні шедеври сприймаються порізно. Але вже близько століття як постало питання існування та визначення зовсім іншої категорії сучасних «шедеврів». А саме — штучно приведених творів у цей ранг. Ідею їх створення може знати обмежене коло зацікавлених осіб. Першочергово серед них — найвпливовіші у світі магнати, а багато мистецтвознавців і художників досі не знають і не приймають до уваги.

Цю логіку ще в минулому столітті підсвідомо відчували і користувалися нею поодинокі мистці, твори яких купувалися за «шаленими» цінами. Стоїть питання — які саме і чому. Відповідь — у впливовому людському факторі, в якому криється один із способів майнового порятунку багатьох «акул світового бізнесу». Тому досі для більшості навіть найосвіченіших вона залишається нерозкритою загадкою. А суть і логіка її не така вже й складна. Автор дійшов висновку, що розгадка полягає у певних добре продуманих мистецько-бізнесових принципах, скерованих в основному на порятунок саме великого бізнесу у кризових ситуаціях.

Економічна криза впливає з фінансової, яка є найскладнішою та найсуперечливішою фазою економічного циклу. З нею пов'язані руйнівні сили, а саме: скорочення виробництва, масові банкрутства, безробіття. Так фі-



Іл. 3. Девіда Хокні «Портрет художника (Басейн з двома фігурами)»

нансова криза знищує економіку в країні та призводить до інфляції і утворення економічної кризи. Все це веде до знецінення капіталу, завмирання інвестиційних процесів, падіння курсу акцій, біржових панік, масових банкрутств підприємств. У такий спосіб знецінення капіталу підштовхує окремих магнатів до купівлі на аукціонах картин-грошових еквівалентів наявного капіталу.

Щодо принципів, на яких базуються при капіталовкладенні у твори мистецтва, то перший — це закономірність зростання в ціні мистецьких творів-брендів. Другий — це стабільність росту харизматичної особистості автора і його творів. Третій — це можливість створення максимально логічної і навіть величної легенди, що стосується автора та його творчості. Ось чому під такі параметри ніколи самостійно не підпаде навіть непереесичний художник. «Обраний щасливчик», тобто мистець, автор, відіграє першорядну роль у створенні образу творів-знаків, творів-брендів. Та й фігура самого мистця теж із часом може перетворитися на знак. «На арт-ринку — такому, яким він склався сьогодні, — твір мистецтва може інтерпретуватися під впливом міфу, який пов'язаний зі самим художником» [9, с. 137].

Залишається відкрити логіку кульмінації загадки — чому твори такої категорії (здебільшого, сучасні, концептуальні) є майже незрозумілими і дуже дорогими. А тому, що всім зрозумілі твори при оцінці їх вартості тяготять загальною думкою, тоді як незрозумілі дають змогу польоту фантазії і пояснення розуміння їх надвисокої вартості. До таких сучасних творів переважно неможливо виставити жодних претензій, бо це може бути монохромне полотно з кількома або багатьма «приємними» або не дуже плямами. Саме це, з однієї сторони, дає змогу найавторитетнішим галерейщикам світу

«несправжні» шедеври пов'язувати з питанням «вигідного грошового еквівалента» і разом з тим називати такі твори шедеврами. Саме колекціонер створює «новим» художникам імена. Ані Чарльз Саатчі, ані Марат Гельман — відомі колекціонери та «знавці» сучасного мистецтва, зі самого початку не були професіоналами мистецького світу (в тому сенсі, що ні у першого, ні у другого не було спеціальної освіти). Але вони змінювали долю «своїх» художників, додаючи власним авторитетом додаткової вартості їхнім роботам.

Ця нова «важливість» фігури колекціонера — один із прикладів зміни традиційних функцій мистецьких інституцій. Тільки змова грошових магнатів щодо вигідного грошового еквівалента дає змогу популяризувати такі твори і продавати з аукціонів за величезні суми. А з іншої сторони — для світових магнатів (і не тільки) тут відіграє важливу роль принцип зростання ціни на роботи старих майстрів і сучасні художні твори. Саме тому цей принцип ліг в основу формування грошового еквівалента.

**Висновки.** Сьогодні виявилось, що історично випрацьовані способи «відокремлення» мистецтва від немистецтва не працюють. Сучасний арт-ринок кардинально змінив усе художнє життя суспільства та згодом перетворився на гігантську міжнаціональну корпорацію з мільярдами оборотами і сотнями тисяч зайнятих людей. Він став вимагати все більшої кількості продукції для постійного зростання покупок і продажів. Арт-ринок принципово не позначає свої критерії «мистецького» та його межі. Тепер характер творів, що купуються-продаються, не має принципового значення: все — від утилітарних предметів побуту до шедеврів світового мистецтва — надходить на ринок і продається за величезні гроші. Така система вже давно автономізована та функціонує в режимі самовідтворення.

Зі свого боку грошовий еквівалент досі використовується для порятунку бізнесу у кризових ситуаціях. Тобто взаємодія між художником, галерейщиком і магнатом перетворює такі «особливі» твори у найбільш вигідний і надійний грошовий еквівалент у вигляді картини, яка частіше зберігається у сейфах, ніж у виставкових залах. І далеко не кожен поціновувач мистецтва спроможний дати адекватну оцінку взаємодії цього конгломерату. Аргумент про художню цінність твору для споживача новітньої арт-продукції не вважається вирішальним. Його місце поступово займає питання щодо автентичності робо-

ти. Ось тут твір мистецтва і переходить у категорію «бренду», а у бренді штучно створені міфічні «суперякості» твору превалюють над його об'єктивними характеристиками (естетичними, художніми, історичними). Причина в тому, що він сформувався трьома зацікавленими сторонами, включаючи мистця, але з єдиною метою, суть якої — гроші. З огляду на це, розцінюємо сучасні тенденції розвитку мистецтва як похід з новим інструментарієм, але давно пройденим шляхом, яким вже скористалися найвідоміші у світі художники.

*Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі торкнуться вивчення ситуації припинення процесу девальвації внаслідок подолання фінансової та економічної кризи і, відповідно, пов'язаних з цим дій магнатів щодо грошового еквівалента в якості мистецького твору.*

1. Рикардо Д. *Начала политической экономики и налогового обложения: избранное*. Москва: Эксмо, 2007. 953 с.
2. Сміт А. *Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй*. Київ: Наш Формат, 2018. 722 с.
3. Арутюнова А.Г. *Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. 232 с.
4. Заграевский С. Рейтинги художников: история и современность. *Rating artunion*. URL: <http://rating.artunion.ru/article37.htm> (дата звернення: 19.06.2019).
5. Гройс Б. Апология рынка. *Декоративное искусство СССР*. 1991. № 2. С. 1—15.
6. Арнольд Д. *Говорит и показывает искусство. Что объединяет шедевры палеолита, эпоху Возрождения и перформансы*. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 192 с.
7. Панкхерст Э., Хоксли Л. *Искусство. Почему это шедевр: 80 историй великих произведений*. Синдбад, 2015. 224 с.
8. Досси П. *Продано! Искусство и деньги*. Санкт-Петербург: Лимбус Пресс; Издательство К. Тублина, 2011. 288 с.
9. Бенаму-Юэ Ж. *Цена искусства*. Москва: Артмедиа групп, 2008. 159 с.
9. *Художественный рынок: вопросы теории, истории, методологии*. Санкт-Петербург: СПбГУП, 2004. 228 с.
10. Research And Consulting. *Arts Economics*. URL: <http://arts-economics.com/#research> (дата звернення: 19.06.2019).
11. Гельман М. Музеи: образ, рынок, власть. *Арт-Азбука*. URL: <http://azbuka.gif.ru/important/guelman-museums-obraz/> (дата звернення: 17.06.2019).

12. Воллар А. *Воспоминания торговца картинами: авторская книга*. Москва: Издательский Дом Мещерякова, 2008. 384 с.
13. Gapper J. Picasso is not just a valuable abstract. *Financial Times*. 2015. May 13. URL: <https://www.ft.com/content/b4ea7a1a-f955-11e4-ae65-00144feab7de> (Last accessed: 19.06.2019).
14. Бодрийяр Ж. *К критике политической экономики знака*. Москва: Библион-Русская книга, 2003. 272 с.
15. Найдорф М.И. *После кризиса: к итогам институционального кризиса искусств в XX веке*. Одесса: Б. И., 2009. 64 с.
16. Лысакова А.А. Contemporary art как предмет потребления в системе арт-рынка новейшего времени. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2011. Том 14. № 5. С. 230—240.
17. Лиотар Ж.-Ф. *Состояние постмодерна*. Москва; Санкт-Петербург: Алетейя, 1998. 160 с.
18. Smith R. Stop Hating Jeff Koons. *The New York Times*. 2019. May 18 P. C1. URL: <https://www.nytimes.com/2019/05/17/arts/jeff-koons-auction-christies.html?action=click&module=MoreInSection&pgtype=Article&region=Footer&contentCollection=Art%20%20Design> (Last accessed: 19.06.2019).
19. Мельник Ю. Цінові бульбашки на світовому ринку творів мистецтва. *Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: Вітчизняний та зарубіжний досвід: матеріали VI Міжнародної конференції молодих учених і студентів*. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. С. 17—19.
20. Рустемова А. Лондонские галереи выставляют мусор. *Utro*. URL: <http://www.utro.ru/articles/2005/04/11/427337.shtml> (дата звернення: 19.06.2019).
21. Кантор М. Продавцы вакуума. 19.05.2009. *Арт-рынок: веб-сайт*. URL: [http://rupo.ru/m/1586/prodawtsy\\_wakuuma.html](http://rupo.ru/m/1586/prodawtsy_wakuuma.html) (дата звернення: 19.06.2019).
22. Волошина Ю. 8 Признаков шедевра. *In-Art*. Режим доступа: URL: <http://be-inart.com/post/view/916> (дата звернення: 19.06.2019).
- Arnol'd, D. (2018). *Speaks and shows the art. What combines the masterpieces of the Paleolithic, Renaissance and performances*. Moskva: Mann, Ivanov i Ferber [in Russian].
- Pankkherst, E., & Hoksli, L. (2015). *Art. Why is this a masterpiece: 80 stories of great works*. Sindbad [in Russian].
- Dossi P. (2011). *Sold! Art and money*. Sankt-Peterburg: Limbus Press; Izdatel'stvo K. Tublina [in Russian].
- Benamu-YUe, ZH. (2008). *The price of art*. Moskva: Art-media grup [in Russian].
- The art market: questions of the theory, history, methodology*. (2004). Sankt-Peterburg: SPbGUP [in Russian].
- Research And Consulting. *Arts Economics*. Retrieved from: <http://artseconomics.com/#research> (Last accessed: 19.06.2019).
- Gel'man, M. Museums: image, market, power. *Art-Azbuka*: Retrieved from: <http://azbuka.gif.ru/important/guelman-museums-obraz/> (Last accessed: 17.06.2019).
- Vollar, A. (2008). *Memoirs of the dealer in paintings: the author's book*. Moskva: Izdatel'skij Dom Meshcheryakova [in Russian].
- Gapper, J. (2015, 13 may). Picasso is not just a valuable abstract. *Financial Times*. Retrieved from: <https://www.ft.com/content/b4ea7a1a-f955-11e4-ae65-00144feab7de> (Last accessed: 19.06.2019).
- Bodriyyar, ZH. (2003). *Toward a criticism of the political economy of the sign*. Moskva: Biblion-Russkaya kniga [in Russian].
- Najdorf, M.I. (2009). *After the crisis: towards the results of the institutional crisis of the arts in the 20th century*. Odessa: B.I. [in Russian].
- Lysakova, A.A. (2011). Contemporary art as a commodity in the system of the modern art market. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*, 5 (Vol. 14, pp. 230—240) [in Russian].
- Liotar, ZH.-F. (1998). *The postmodern condition*. Moskva, Sankt-Peterburg: Aletejya [in Russian].
- Smith, R. (2019, 18 may). Stop Hating Jeff Koons. *The New York Times*. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2019/05/17/arts/jeff-koons-auction-christies.html?action=click&module=MoreInSection&pgtype=Article&region=Footer&contentCollection=Art%20%20Design> (Last accessed: 19.06.2019).
- Melnyk, Yu. (2013). Price bubbles in the global art market. *Innovative processes of economic and socio-cultural development: Domestic and foreign experience: materials of the VI International Conference of Young Scientists and Students* (Pp. 17—19). Ternopil: TNEU [in Ukrainian].
- Rustemova, A. (2005). London galleries exhibit trash. *Utro*. Retrieved from: <http://www.utro.ru/articles/2005/04/11/427337.shtml> (Last accessed: 19.06.2019).
- Kantor, M. (2009). Sellers of vacuum. *Art market*. Retrieved from: [http://rupo.ru/m/1586/prodawtsy\\_wakuuma.html](http://rupo.ru/m/1586/prodawtsy_wakuuma.html) (Last accessed: 19.06.2019).
- Voloshina, YU. 8 signs of a masterpiece. *In-Art*. Retrieved from: <http://be-inart.com/post/view/916> (Last accessed: 19.06.2019).

## REFERENCES

- Rikardo, D. (2007). *Principles of Political Economy and Taxation: favorites*. Moskva [in Russian].
- Smit, A. (2018). *Wealth of nations. The study of the nature and causes of the welfare of nations*. Kyiv: Nash Format [in Ukrainian].
- Arutyunova, A.G. (2015). *The art market in the XXI century: the space of art experiment*. Moskva: Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki [in Russian].
- Zagraevskij, S. Ratings of artists: history and modernity. *Rating artunion*. Retrieved from: <http://rating.artunion.ru/article37.htm> (Last accessed: 19.06.2019).
- Grojs, B. (1991). Apology of the market. *Dekorativnoe iskusstvo SSSR*, 2, 1—15 [in Russian].