

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ КУЛЬТУРЫ  
И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

*На правах рукописи*

**ШАТИЛОВ ВАДИМ ВАДИМОВИЧ**

**ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ АРТ-РЫНКА  
В ТРАНСФОРМАЦИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры  
(философские науки)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата философских наук

Луганск – 2023

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского», г. Луганск

**Научный руководитель:** **Патерыкина Валентина Васильевна**,  
доктор философских наук, профессор  
(ЛНР, г. Луганск)

**Официальные оппоненты:** **Игнатов Михаил Александрович**,  
доктор философских наук, доцент,  
заведующий кафедрой социологии  
и управления БГТУ им. В. Г. Шухова (РФ,  
г. Белгород)

**Серостанова Оксана Борисовна**,  
кандидат философских наук, доцент  
кафедры журналистики и издательского  
дела ФГБОУ ВО «Луганский  
государственный педагогический  
университет» (ЛНР, г. Луганск)

**Ведущая организация:** **ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»**, кафедра философии (РФ,  
г. Курск)

Защита состоится «23» ноября 2023 г. в 10.00 на заседании диссертационного совета Д 001.001.01 (94.0.000.06) при Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского» по адресу: Луганская Народная Республика, г.о. Луганский, г. Луганск, пл. Красная, д. 4, корп. 5, конференц-зал, тел. +7(857)259-02-62, e-mail: d\_001.001.01\_lnr@mail.ru.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского» по адресу: Луганская Народная Республика, г.о. Луганский, г. Луганск, пл. Красная, д. 7, корп. 4, библиотека (<https://lib.lgaki.info/>).

Автореферат разослан «\_\_» сентября 2023 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
Д 001.001.01 (94.0.000.06)  
кандидат философских наук, доцент \_\_\_\_\_ Е. С. Беломина

Подп. к печати \_\_.09.2023. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.  
Гарнитура Times New Roman. Печать на ризографе. Усл. печ. л. 1,5.  
Тираж 100 экз. Заказ № \_\_\_\_

Отпечатано в  
Федеральном государственном бюджетном образовательном  
учреждении высшего образования «Луганская государственная  
академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского»  
пл. Красная, д. 7, г.о. Луганский, г. Луганск, 291001  
Тел.: +7(857)59-02-62

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** Арт-рынок является сложным и многогранным социокультурным явлением, которое на протяжении всего своего существования оказывало и продолжает оказывать значительное влияние на художественную жизнь социума. Следствиями перехода к рыночной экономике стали активизация процесса коммерциализации искусства и формирование новых отношений между создателями и потребителями художественной продукции. Обращение произведений искусства в качестве товара является объективно существующей практикой, влияющей не только на развитие художественной сферы, но также на личность художника и на личность потребителя творческой продукции.

По-прежнему остро стоит проблема материальной оценки результатов духовной деятельности человека. Художник, создавая уникальное в своём роде произведение, рассчитывает на определённое материальное вознаграждение. С этого начинается специфическое взаимодействие между автором и потенциальными обладателями произведения. Потребитель готов приобрести товар, если тот по своим эстетическим свойствам удовлетворяет представлениям покупателя о том, что является искусством. По ряду причин коммуникация между художником и аудиторией может быть затруднена или вовсе невозможна, в таком случае возникает фигура посредника, а социокультурное взаимодействие организуется уже между тремя социокультурными субъектами, в результате чего продукт духовного производства подвергается оценке.

Каждая историческая эпоха характеризовалась своими особыми представлениями о духовной и материальной ценности конкретных произведений, а значит, и особой формулой образования цены на них.

Естественное развитие российского арт-рынка было прервано Октябрьской революцией, но возврат к рыночной экономике на новом историческом этапе снова делает актуальным изучение проблем и противоречий, возникающих между субъектами рынка произведений искусства.

Формирование арт-рынка происходило в условиях непрерывной трансформации нравственных, а также эстетических норм и правил, регламентирующих отношения между художником и аудиторией. Этот процесс длился на протяжении многих веков и продолжается в настоящее время, когда пересмотру подвергается традиционная система эстетических и художественных ценностей, служившая основой для взаимодействия художника и публики. Изучение арт-рынка с

позиции культурологии позволяет выявить глубинные изменения в восприятии прекрасного и безобразного, возвышенного и низменного, которые происходят в сознании наших современников. Арт-рынок демонстрирует поразительную противоречивость при оценке художественных произведений разных эпох. Нельзя игнорировать при изучении данного процесса и фактор моды, который в значительной степени формирует у аудитории представление о культурной ценности произведений определённых авторов.

Стремительное развитие научно-технического прогресса привело к появлению новых видов искусства: криптоарта и визуальных продуктов деятельности нейросетей. Первый появился в середине 2010-х годов, второй – в начале 2020-х, и оба вида активно вовлекаются арт-рынком в пространство товарообмена, но по причине своей новизны ещё не нашли широкого освещения в культурологии, особенно отечественной. Поскольку арт-рынок сегодня во многом определяет характеристики бытия искусства и играет важную роль в духовном развитии человека, то актуальным представляется изучение его истоков и последующего генезиса вплоть до нынешней формы.

**Степень разработанности научной проблемы.** Теоретико-методологические исследования арт-рынка своими корнями уходят в труды классиков политэкономии, где арт-рынок рассматривается как экономический институт – А. Смита, Д. Риккардо, У. Пети. Особое значение в вопросе изучения рыночной экономики имеют труды А. и М. Веберов, а также К. Маркса. Немаловажный вклад в изучение креативной экономики и творческих индустрий внесли современные иностранные учёные: М. Бянци, Ф. Вуд, Ч. Лэндри. В этом аспекте представляют интерес и работы наших отечественных учёных: А. Б. Долгина, Е. Е. Мени, Н. М. Нуреевой и др.

Экономике символического обмена, к которой относится арт-рынок, посвящены работы Дж. Акелрофа, Ж. Батая, Ж. Бодрийера и Б. Гройса.

Арт-рынок как специфическое социокультурное явление чаще всего является объектом исследования экономистов, значительно реже – искусствоведов и социологов, менее всего данная тема исследована в культурологии. С культурологической точки зрения феномен арт-рынка рассмотрен в работах Т. В. Бадиновой, Д. Е. Барабанова, М. С. Карасика и монографиях О. Д. Балдиной и А. А. Егоровой. Философско-культурологические исследования этого явления опубликованы в сборнике статей «Арт-рынок Екатеринбурга 1995–2001: стихия и управление», а также представлены в трудах отечественных философов С. Н. Булгакова и Н. О. Лосского, посвящённых, в частности, взаимосвязи «культурного хозяйствования» и искусства. Можно

## АННОТАЦИЯ

**Шатилов В. В. Функциональная роль арт-рынка в трансформациях художественной культуры.** – Рукопись.

Диссертация на соискание учёной степени кандидата философских наук по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры. – ФГБОУ ВО «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского». – Луганск, 2023.

В исследовании осуществлено выявление воздействия арт-рынка на процессы трансформации художественной культуры.

Проведён теоретико-методологический анализ арт-рынка как феномена культуры. Установлены механизмы трансформации художественной культуры арт-рынком на различных этапах его становления. Выявлена специфика арт-рынка эпохи глобализма и его влияние на локальные художественные культуры.

**Ключевые слова:** арт-рынок, глокальность, диалог культур, жанры изобразительного искусства, изобразительное искусство, криптоискусство, культуротворчество, маршанство, символический капитал, формирование общественных вкусов, художественные стили.

## SUMMARY

**Shatilov V. V. The functional role of the art market in the transformation of art culture.** – Manuscript.

Dissertation for the candidate of philosophical sciences degree, specialty 24.00.01 – Theory and history of culture. – «Matusovsky academy of culture and arts» – Lugansk, 2023.

The study identified the impact of the art market on the processes of transformation of art culture. A theoretical and methodological analysis of the art market as a cultural phenomenon has been carried out. The mechanisms for the transformation of artistic culture by the art market at various stages of its formation have been established. The specifics of the art market of the era of globalism and its influence on local artistic cultures are revealed.

**Key words:** art market, locality, dialogue of cultures, fine art genres, visual arts, crypto art, cultural creativity, marching, symbolic capital, formation of public tastes, artistic styles.

ст. / ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штигица»; ред.-состав. Н. Н. Цветкова, М. Е. Орлова-Шейнер [и др.]; науч. ред. А. И. Бартев, Г. Е. Прохоренко. – Санкт-Петербург : СПГХПА им. А. Л. Штигица, 2023. – С. 325–332. – 0,74 п.л.

12. **Шатилов, В. В.** Культуротворческая функция институций современного арт-рынка / В. В. Шатилов // Материалы XVI Международной междисциплинарной научно-практической конференции «Матусовские чтения» (26 апреля 2023 г.) и круглого стола «История культуры регионов России: опыт региональных исследований» (28 апреля 2023 года) в рамках «Дней науки – 2023». – Луганск : Изд-во Луган. гос. Академии культуры и искусств имени Михаила Матусовского, 2023. – С. 193–196. – 0,24 п.л.

13. **Шатилов, В. В.** Критерии цены и ценности в пространстве современного арт-рынка / Шатилов В. В. // III Российский эстетический конгресс: эстетика во времена глобальных перемен (18–20 мая 2023, Владимир): тезисы докладов участников: В 2 т. / сост. и науч. ред.: А. Е. Радеев, Л. Н. Ульянова. – Владимир: Аркаим, 2023. – Т. 2. С. 252–254 с. – 0,15 п.л.

14. **Шатилов, В. В.** Культурно-исторические этапы развития арт-рынка / В. В. Шатилов // Научный аспект. – Самара: Изд-во ООО «Аспект» – 2023. – Т. 2, № 8. – С. 230-236. – 0,41 п.л.

15. **Shatilov, V. V.** Culture-creation function of the art market / V. V. Shatilov // Materials of the International Conference “Scientific research of the SCO countries: synergy and integration”. Part 5 (Beijing, 14 July 2023 г.) – Beijing : Scientific publishing house Infinity, 2023. – P. 172–176. – 0,31 п.л.

16. **Шатилов, В. В.** К проблеме культурно-исторической периодизации арт-рынка / В. В. Шатилов // Культура и искусство. Поиски и открытия: сборник статей международной научной конференции (Великий Новгород, 28 августа 2023). – СПб.: ГНИИ «Нацразвитие», 2023. – С. 10–12. – 0,26 п.л.

выделить двоих отечественных авторов последних двух десятилетий, обративших своё внимание на изучение генезиса арт-рынка в культурно-историческом контексте. Это монография В. П. Головина «Мир художника Раннего итальянского Возрождения» (Москва, 2003 г.) и Н. И. Сорокиной «Искусство и деньги» (Москва, 2016 г.), однако оба автора ограничили свои исследования рамками Италии XV–XVI веков.

Объяснить проблему ценообразования предметов искусства и влияния арт-рынка на художественную культуру пытаются в своих трудах иностранные исследователи: П. Досси, Ж. Бенаму-Юэ и Д. Томпсон. Авторы оперируют одинаковыми данными, описывая одно и то же явление, но акцентируют внимание на отдельных его аспектах в зависимости от сферы собственных научных интересов. Так, монография политолога и журналиста Ж. Бенаму-Юэ сводится к перечислению и описанию частных ситуаций, связанных с продажей произведений, не раскрывающих суть происходящих на рынке искусства процессов. Юрист, историк и арт-консультант П. Досси обращается к такой фундаментальной проблеме, как формирование представления о деньгах и их функциях, даёт краткий анализ присущего культуре феномена отрицания монетарного, встраивает современные взаимоотношения рынка и искусства в исторический контекст борьбы художников за независимость (от церкви, монарха и теперь от диктата рынка). Как и другие авторы, она описывает сложную структуру арт-рынка, но в отличие от них даёт больше отсылок к антропологии, психологии, истории и предпринимает попытку перейти от описательности к постановке серьезных исследовательских проблем.

Три монографии Д. Томпсона «Как продать за 12 миллионов чучело акулы» (2008 г.), «Супер-модель и фанерный ящик» (2014 г.), «Оранжевая собака из воздушных шаров» (2017 г.), напротив, лишены каких бы то ни было обобщений и представляют собой дотошный рассказ о механизмах торговли искусством. Досконально изучив институциональное устройство арт-рынка, Д. Томпсон принципиально отказывается ступить на территорию истории искусства. Кроме того, его не интересует генезис арт-рынка, он описывает лишь его современное состояние. Аналогично подходит к проблеме и А. Арутюнова в своей монографии «Арт-рынок в XXI веке» (2015 г.), ограничиваясь в исследовании лишь парой десятилетий.

Гораздо глубже к исследованию феномена арт-рынка подходит искусствовед Ф. Хук в монографии «Галерея аферистов» (2017 г.), захватывая в своём исследовании хронологический отрезок с XVII по XXI век и смещая исследовательский фокус с художников на торговцев предметами искусства, подробно изучая их влияние на формирование общественного вкуса.

Общая для всех перечисленных научных работ проблема – неопределенность их аудитории. Для участников арт-рынка или профессионалов они не открывают ничего нового, а для исследователей представляют интерес, скорее, как источники эмпирического исследовательского материала, поскольку лишены аналитической составляющей.

Наиболее многогранно арт-рынок исследован в коллективной монографии «Художественный рынок. Вопросы теории, истории, методологии», вышедшей в 2004 году. Впервые в отечественной науке данный феномен был рассмотрен в совокупности культурологических, философских, искусствоведческих и социологических аспектов. На сегодняшний день это единственное издание, содержащее комплексный подход к изучению арт-рынка. Поэтому актуальным является междисциплинарное изучение проблемы взаимодействия арт-рынка и художественной культуры.

**Объект исследования** – арт-рынок как феномен культуры.

**Предмет исследования** – трансформирующее влияние арт-рынка на художественную культуру.

**Цель исследования** – выявление воздействия арт-рынка на процессы трансформации художественной культуры.

Согласно цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- провести теоретико-методологический анализ арт-рынка как феномена культуры, раскрывая его сущность, структуру и функции;
- определить основные факторы, влияющие на формирование первоначальной цены на произведение искусства в различные культурно-исторические эпохи, выясняя, какую роль в этом процессе играет социальный статус профессии художника;
- выявить соотношение между ценой и ценностью в пространстве современного арт-рынка и влияние сопутствующего контекста на их формирование, сформулировав определение цены на предмет искусства;
- рассмотреть стили-, видо- и жанрообразующие механизмы арт-рынка на различных этапах его становления;
- раскрыть значение деятельности профессионального сообщества торговцев в процессах формирования истории искусства, методологии атрибуции и становления авторского стиля;
- проанализировать роль института маршанства в процессе формирования общественных вкусов;
- установить вклад институций современного арт-рынка в культуротворческий процесс;

4. **Шатилов, В. В.** Феномен денег в истории философии культуры / В. В. Шатилов // Общество: философия, история, культура. – Краснодар : Издательский дом «ХОРС». – 2023. – № 6 (110). – С. 84–89. – 0,63 п.л.

5. **Шатилов, В. В.** Влияние глобализации на арт-рынок и национальные художественные культуры // Философия и культура. – М. : ООО «НБ-Медиа» – 2023. – № 8. – С. 36–45. – 0,74 п.л.

6. **Шатилов, В. В.** Феминистические тенденции на арт-рынке // Культура и цивилизация. – Ногинск : Аналитика Родис. – 2023. – Т. 13, № 5–6А. – С. 236–241. – 0,44 п.л.

*Статьи в журналах, сборниках научных трудов и материалов конференций*

7. **Шатилов, В. В.** Формирование арт-рынка: генезис от средневековья до наших дней / В. В. Шатилов // Материалы XIII Открытых республиканских Матусовских чтений (Луганск, 16 апреля 2020 г.). – Луганск : Изд-во ЛГАКИ имени М. Матусовского, 2020. – С. 213–215. – 0,52 п.л.

8. **Шатилов, В. В.** Мона Лиза: история успеха / В. В. Шатилов // Материалы XIV Открытых республиканских Матусовских чтений (Луганск, 20 апреля 2021 г.). – Луганск : Изд-во ЛГАКИ имени М. Матусовского, 2021. – С. 213–215. – 0,23 п.л.

9. **Шатилов, В. В.** Арт-рынок как форма реализации диалога культур / В. В. Шатилов // Социальные и гуманитарные науки в современном транзитивном обществе: теоретические и практические исследования / Сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 30-летию образования факультета государственного и муниципального управления в системе РАНХиГС, 24 ноября 2022 г., Волгоград / Отв. ред. И. В. Терелянская, В. В. Задорин [и др.]. – Волгоград : Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2023. – С. 350–358. – 0,48 п.л.

10. **Шатилов, В. В.** Визуальное NFT-искусство в пространствах арт-рынка и художественной культуры / В. В. Шатилов // Технологии визуального искусства: опыт теоретического осмысления и практической реализации проектов: материалы II Открытой научно-практической конференции (Луганск, 21 февраля 2023 г.). – Луганск: Изд-во ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского», 2023. – С. 75–78. – 0,31 п.л.

11. **Шатилов, В. В.** Популяризаторская и просветительская деятельность маршанов XIX в. / Месмахеровские чтения – 2023 : материалы междунар. науч.-практ. конф., 21–22 марта 2023 г. : сб. науч.

международного потребления, что приводит к упрощенному и искаженному восприятию культуры новым потребителем. В процессе имплантации ценностей одних культур в пространство других неизбежно происходит их освоение, а затем трансформация, адаптирующая их к местной специфике. Но при этом ценности имплантированной культуры могут лишиться своего содержания, превратившись лишь во внешнюю имитацию, функционирующую по имманентным законам поглотившей их культуры.

*Перспективы дальнейшей работы* могут быть направлены на философско-аксиологическое и методологическое осмысление проблемы внедрения в мировую художественную культуру нейросетевых визуальных продуктов и их потенциала в пространстве арт-рынка на метамодернистском этапе развития.

#### ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

*Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при МОН ЛНР для публикации основных результатов диссертационных исследований*

1. **Шатилов, В. В.** Эволюция социального статуса профессии художника и его влияние на расчёт стоимости произведения / В. В. Шатилов // Философско-культурологические исследования. – Луганск : Изд-во ГОУК ЛНР «ЛГАКИ имени М. Матусовского», 2021. – Вып. 11. – Режим доступа: <http://fki.lgaki.info/2021/11/08/эволюция-социального-статуса-профес/> – 0,52 п.л.

2. **Шатилов, В. В.** Реформация как ключевой фактор трансформации художественной культуры Нидерландов XVII века / В. В. Шатилов // Философско-культурологические исследования. – Луганск : Изд-во ГОУК ЛНР «ЛГАКИ имени М. Матусовского», 2022. – Вып. 12. – Режим доступа: <http://fki.lgaki.info/2022/12/02/реформация-как-ключевой-фактор-транс/> – 0,53 п.л.

3. **Шатилов, В. В.** Арт-рынок в пространстве постмодерна: реакция классических институций на криптоискусство / В. В. Шатилов // Terra культура. – Луганск : Изд-во ГОУК ЛНР «ЛГАКИ имени М. Матусовского», 2023. – Вып. 16. – Режим доступа: [https://terra.lgaki.info/generation\\_p/art-rynok-v-prostranstve-postmoderna-reakciya-klassicheskikh-institucij-na-kriptoiskusstvo.html](https://terra.lgaki.info/generation_p/art-rynok-v-prostranstve-postmoderna-reakciya-klassicheskikh-institucij-na-kriptoiskusstvo.html) – 0,52 п.л.

– выявить легитимирующую функцию институций арт-рынка на примере криптоискусства, установить тенденции и условия его трансформации к метамодернистскому этапу развития;

– рассмотреть произведения актуального искусства в качестве источника символического капитала;

– выявить специфику арт-рынка эпохи глобализма как формы межкультурного диалога, установив последствия глобализации для локальных художественных культур.

**Научная новизна диссертации.** В работе представлено авторское определение арт-рынка как особого феномена культуры, рассмотрены его общие и специальные функции, выявлены основные этапы становления и описана его двумерная структура в виде художественно-ценностной вертикали и институциональной горизонтали.

Установлена специфика формирования первоначальной цены предмета искусства в зависимости от культурно-исторического контекста эпохи и положения профессии художника в социальной иерархии от ремесленного положения в Средневековье до медийной персоны в наши дни.

Предложены системы критериев эстетически-ценностной и экономически-стоимостной систем оценки произведений искусства, исходя из их соотношения сформулировано авторское определение цены на арт-объекты. Выявлены механизмы актуализации институциями арт-рынка произведений искусства через конструирование сопутствующего культурно-исторического контекста.

Освещена патронажная, просветительская и популяризаторская роль института маршанства в процессе формирования общественных вкусов.

Изучены предпосылки возникновения криптоискусства и процесс его легитимации институциями арт-рынка в качестве нового вида искусства. Определён потенциал легитимации цифрового искусства классическими институциями художественной культуры. Установлено, что вовлечение NFT-искусства в сферу товарообмена привело к эволюции арт-рынка к метамодернистскому этапу его развития.

Рассмотрен феномен коллекционирования в качестве инвестиционной стратегии и акта символического потребления. Установлены причины, по которым именно актуальное искусство используется элитами в качестве источника символического капитала.

Раскрыто значение глобального арт-рынка как одной из форм диалога культур, исследовано его фрагментирующее и дифференцирующее воздействие на национальные художественные культуры.

### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

Работа предлагает новые методологические возможности для дальнейшего культурологического анализа арт-рынка. Результаты исследования могут послужить основой для последующих научных разработок в области теории и истории культуры, философии культуры, искусствоведения, арт-менеджмента, социологии и экономики культуры.

Материалы исследования станут основой при подготовке учебно-методических пособий, лекционных курсов и программ для студентов учебных заведений гуманитарного профиля и для создания специальных курсов, посвящённых арт-рынку. Результаты исследования обеспечивают теоретическую базу, позволяющую арт-менеджерам выстроить наиболее эффективные стратегии коммуникации с художниками и публикой.

**Методология и методы исследования.** Данная диссертационная работа выполнена на междисциплинарной основе, что обусловлено сложностью и многогранностью исследуемого предмета. Работа опирается на синтез общенаучных и частнонаучных методов и подходов:

1. Междисциплинарный подход, благодаря которому стало возможным рассмотрение арт-рынка в качестве феномена культуры, раскрывающего свой потенциал в социокультурном, философском, историческом и экономическом аспектах.

2. Культурантропологический подход даёт возможность рассмотреть специфику восприятия различных художественных ценностей и установить её влияние на стратегии арт-рыночного потребления.

3. Метод анализа и синтеза позволил раскрыть специфику арт-рынка как особого феномена культуры, а также определить его структуру и функции.

4. Метод перехода от абстрактного к конкретному позволил перейти от теоретической модели арт-рынка к различным его реалиям.

5. Благодаря методу системного анализа удалось рассмотреть современный арт-рынок в виде сложноорганизованного явления: совокупности различных субъектов, институций и отношений между ними.

6. С помощью историко-сравнительного метода были прослежены историко-культурные трансформации арт-рынка и выявлены изменения стратегий производства и потребления художественных ценностей.

В диссертации также были использованы историко-философский и компаративистский методы, метод систематизации, метод классификации, а также комплекс сравнительно-интерпретационных

коммерческие арт-ярмарки и некоммерческая биеннале при ближайшем рассмотрении имеют больше сходств, чем различий. Географическое и временное соседство превращает их в рекламную витрину глобального арт-рынка. Обе институции являются сложными механизмами культуры потребления, превращающими выставку в развлечение и демонстрацию своего статуса.

8. Арт-рынок способен не только порождать новые стили, жанры и виды искусства, но и посредством одного из своих основных институтов – аукционного дома – успешно проводить их апробацию как в экономическом пространстве, так и в пространстве художественной культуры: в 2020-х годах таким образом было легитимировано криптоискусство. Следом за аукционами новый вид искусства легитимировали музеи. После вовлечения криптоискусства в сферу товарообмена институции арт-рынка дублировались и разделили его на два уровня: на первом происходит продажа вещественных объектов, а на втором – криптоискусства. В связи с существенной трансформацией внутренней структуры арт-рынка можно утверждать, что современный арт-рынок перешёл на новый эволюционный этап – метамодернистский.

9. Приход на арт-рынок в начале 2000-х годов нового типа покупателей привёл к ажиотажному спросу на современное (актуальное) искусство. Постмодернистское переосмысление ценностей привело к размытию границ социальных групп и к диффузии понятий массового и элитарного искусства. Функцию нового культурного порога стал выполнять символический капитал, а сферой наивысшей его концентрации явилось актуальное искусство. Коллекционирование произведений актуального искусства в виде акта демонстративного потребления является способом демонстрации своей принадлежности к элитарной группе.

10. Являясь частью современной культурной парадигмы, арт-рынок XXI века характеризуется децентрализацией и возрастающим вниманием к проблеме культурной идентичности. Характерной чертой данного феномена является его амбивалентность, выражающаяся в сочетании двух разнонаправленных тенденций: с одной стороны, это глобализация арт-рыночной деятельности, а с другой – внимание к проблематике локального, что находит отражение в присущей арт-рынку наших дней глокальности. Глобализация арт-рынка остро ставит проблему деформации восприятия культурного наследия. Обращение западного мира к традиционным культурам в формах культурного и арт-туризма приводит к фрагментации и дифференцированию некогда целостного культурного организма. Во многом это связано с процессом деконтекстуализации, возникающим при изъятии отдельных культурных элементов из аутентичного культурного контекста для удобства

из забвения мастеров прошлых эпох. В это же время крепнет связь между торговцами, критиками и искусствоведами: арт-дилеры заказывали искусствоведам написание статей и монографий, а также оплачивали проведение научно-популярных лекций. На примере деятельности Эрнеста Гамбара рассмотрен процесс «брендинга» подопечных художников: он контролировал форматы, сюжеты, композицию, жанры и даже технику исполнения, ограничивая творческую свободу в угоду формированию узнаваемого авторского стиля.

6. В отличие от академий, маршан был заинтересован в долгосрочном развитии карьеры художника, превратившись одновременно в патрона и работодателя. Тогда же сформировалось современное понятие галереи как коммерческого выставочного пространства, объединяющего в себе функции музея и магазина. Если прежде художника оценивали по конкретной картине, отобранной академией для выставки, то благодаря персональным выставкам, проводимым маршанами, фокус внимания публики был смещён с отдельного произведения на процесс художественного становления художника в целом. Одновременно с этим они публиковали журналы и каталоги, заказывали критикам статьи. Всё это должно было помочь аудитории понять и оценить новое искусство. Современные арт-дилеры опекают своих художников, консультируют, организывают им выставки и публикации в профильной прессе и СМИ, выплачивают стипендии, а при необходимости манипулируют продажами на аукционах. Весь этот инструментарий типичен для арт-дилера XXI века, однако изобретателями этой схемы по праву являются французские маршаны XIX века.

7. В экономической науке распространено понятие «системы экспертного мнения». Её главной задачей является объективная оценка характеристик того или иного продукта. Такая система существует и на арт-рынке, являясь примером общественного договора, заключённого между его игроками. В XIX веке экспертное сообщество было представлено арт-критиками, в XXI веке их сместили кураторы. Еще более удивительным становится феномен, когда в качестве эксперта выступает коллекционер, привлекающий внимание аудитории к автору не художественной экспертизой, как это ранее делал независимый арт-критик, а лишь суммой своей покупки, что приводит к подмене категории ценности категорией цены. Ещё одной институцией-арбитром художественного мира являются биеннале, выполняющие сперва селективную, а затем просветительскую и актуализирующую функции. Биеннале поддерживают новаторские и экспериментальные арт-практики, а также расширяют эстетический кругозор аудитории. Но

методов. Использование метода историко-философского анализа позволило автору рассмотреть основные концептуальные подходы к исследованию проблем коммерциализации искусства. Метод компаративистского анализа позволил сопоставлять различные подходы в трактовке природы и сущности арт-рынка, выявляя их отличия и общую направленность, что дало возможность наиболее корректно объединить самые характерные черты данных подходов для выработки авторского определения этого культурного феномена.

Философско-культурологический и философско-антропологический комплекс методов позволил выявить наименее исследуемые детерминанты в системе отношений между производителем и потребителем художественной продукции. В целом комплекс методов, используемых в работе, направлен на постижение сущностных закономерностей в трансформации художественной культуры основными акторами современного арт-рынка.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Арт-рынок – исторически обусловленный феномен культуры, легитимирующий художественный продукт по отношению к целостному культурному контексту и осуществляющий культурно-экономическое взаимодействие между субъектами и институциями, которые создают, вводят в обращение и потребляют произведения искусства. Отражением сложной культурно-экономической природы арт-рынка является его полифункциональность. Он реализует не только общие функции рынка как экономического института (информационную, ценообразующую, посредническую, санкционирующую), но и специальные, присущие арт-рынку как феномену культуры (коммуникативную, культуротворческую, селективную, легитимирующую).

2. Структура арт-рынка имеет вертикальное (художественно-ценностное) и горизонтальное (институциональное) измерения. Арт-рыночная вертикаль представлена группами произведений различного художественного качества: художественным «ширпотребом», качественной массовой художественной продукцией, признанной художественной продукцией, художественными инновациями и экспериментами. Арт-рыночную горизонталь образуют институции, актуализирующие различные по своему художественному качеству группы работы. Это рынки-базары, сувенирные лавки и места продажи интерьерного искусства; художественные мастерские, салоны, галереи и арт-ярмарки; статусные галереи и аукционы; биеннале и экспериментальные площадки, занимающиеся реализацией новейших актуальных арт-проектов. На пересечении художественно-вертикальных и институционально-горизонтальных структурных направлений

формируются основные сегменты арт-рынка: рынок художественного «ширпотреба»; рынок массового искусства; рынок признанного искусства; рынок художественных инноваций.

3. Наличие художественно-эстетических качеств, достаточных для признания артефакта произведением искусства, является обязательным условием для его функционирования в пространстве арт-рынка, но непосредственно на формирование цены не влияет. Цена на произведение искусства – это результат социального конструирования культурной ценности на основе актуальности сопутствующего произведению контекста. Сопутствующий «продающий» контекст формируется преимущественно из авторитета автора, авторитета галереи-представителя, авторитета владельца, упоминания в СМИ, индекса продаж, экспозиции в известных музеях и на биеннале и т.д.

4. Для удовлетворения изменяющихся потребностей аудитории, зависящих от культурно-исторического контекста, арт-рынок выработал стилеобразующий, жанрообразующий, видообразующий и легитимирующий механизмы, которые трансформируют художественную культуру.

5. Арт-рынок, опережая развитие теории искусств и общественных вкусов, способен через свои институты выполнять легитимирующую функцию, то есть признавать наличие в артефакте, попадающем в поле его товарообмена, художественную составляющую. Легитимация может происходить как на уровне конкретного арт-объекта, так и на уровне вида искусства в целом. В 2020-х годах институты арт-рынка легитимировали в качестве нового вида искусства криптоарт. В то время как созданные человеком цифровые виды искусства благодаря блокчейн-технологии начали подниматься в арт-рыночной иерархии, освободившееся место художественного «ширпотреба» стали занимать продукты деятельности нейросетей.

6. Постмодернистский арт-рынок, существующий со второй половины XX века, характеризовался переходом от рынка артефактов к рынку символических благ; цифровизацией; формированием гедонистической эстетики досуга; непрозрачной ценовой политикой; глобализацией деятельности и полицентризмом; трансформацией и переплетением традиционных функций арт-рыночных субъектов и институций. Несмотря на сложную структуру, данный этап развития рынка оперировал предметами искусства в материально-вещественной форме. С 2020-х годов после вовлечения криптоискусства в сферу товарообмена институты арт-рынка дублировались и разделили его на два уровня: на первом происходит продажа вещественных объектов, а на втором – исключительно криптоискусства. В связи с существенной трансформацией внутренней структуры можно утверждать, что

сопутствующим ему комплексным контекстом (авторитетом автора, авторитетом галереи-представителя, авторитетом владельца, соответствием злободневной культурной повестке, представленностью в известных музеях и на биеннале, индексом продаж и т.д.).

3. Поскольку произведения искусства одновременно относятся как к сфере материального, так и к сфере духовного производства, то при попадании в рыночное пространство обе его сущности подвергаются оцениванию через чисто экономическую характеристику – цену. Цена на произведение искусства – это результат социального конструирования культурной ценности на основе актуальности сопутствующего произведению контекста. Высокая художественная ценность может не иметь прямой корреляции со спросом и ценой, такой разрыв между истинной ценностью и востребованностью приводит к разрушению ценностно-эстетических ориентиров общества. Отсутствие понятных критериев оценки дезориентирует аудиторию в пространстве понятий цены и ценности, в результате зрители перестают доверять собственным ощущениям от произведения, делегируя его оценку внешним экспертам: конкретным людям или неким общественным представлениям (моде). Из этого следует, что арт-рынок вполне способен не только удовлетворять спрос, но и формировать его с помощью своих институций. В целом в нынешней ситуации отмечается девальвация профессионального подхода, вытеснение профессиональных критериев оценки произведений искусства критериями, выдвигаемыми обывателями-потребителями, и наводнение арт-рынка сомнительными с эстетической точки зрения произведениями.

4. Арт-рынок чутко реагирует на смену культурно-исторического контекста, за которым следует изменение спроса потребителей символической продукции. В XVII веке на новый запрос католической церкви он ответил стилем барокко, а на запрос зарождающейся буржуазии – изменением форматов и обособлением в качестве самостоятельных жанров пейзажа и натюрморта. Творческий протест против коммерциализации искусства арт-рынком в 1960-1970 гг. привёл к возникновению концептуального искусства в виде перформанса, ленд-арта, хэппенинга, энвайронмента и т.д.

5. Начиная с XVII века намечается тенденция к глобализации арт-рынка. В XVIII веке, когда коллекционирование стало престижным хобби, всё большее количество покупателей остро нуждалось в защите от подделок, что привело к возникновению нового типа торговца – знатока и учёного. Некоторые представители теперь уже профессионального посреднического сообщества составляли каталоги-резюме и разрабатывали методологию атрибуции. В поисках новых картин и имён многие торговцы путешествовали по Европе, воскрешая

– угроза исчезновения некоторых традиционных национальных художественных форм, связанная с коммерциализацией искусства на мировом уровне, что способно побудить авторов ориентироваться в своём творчестве на удовлетворение массового вкуса и максимизацию прибыли, а не на выражение национальной или культурной идентичности;

– культурное присвоение, когда элементы из национальных культур используются без должного уважения к их происхождению и значению.

В **заключении** подведены итоги исследования и сформулированы основные выводы.

1. Арт-рынок является исторически обусловленным феноменом культуры, легитимирующим художественный продукт по отношению к целостному культурному контексту и осуществляющим культурно-экономическое взаимодействие между субъектами и институтами, которые создают, вводят в обращение и потребляют произведения искусства. Его структуру можно представить в виде двух измерений: художественно-ценностной вертикали (представленной группами произведений различного художественного качества) и институциональной горизонтали (образованной институтами, актуализирующими соответствующие группы произведений). На пересечении художественно-вертикальных и институционально-горизонтальных структурных направлений формируются основные сегменты арт-рынка. Со структурой арт-рынка тесно связаны реализуемые им функции. К общим функциям, присущим рынку как экономическому институту, относятся: информационная, ценообразующая, посредническая и санкционирующая. К частным (специальным) функциям, осуществляемым арт-рынком как особым феноменом культуры относятся: коммуникативная, культуротворческая и легитимирующая функции.

2. В эпоху Средневековья первоначальная цена произведения искусства формировалась исходя исключительно из количественных характеристик: формата, количества изображенных фигур, стоимости материалов. В эпоху Возрождения, когда статус профессии художника вышел из оков ремесленничества, помимо вышеперечисленных количественных факторов добавляются художественно-качественные: техническое мастерство и статус художника в профессиональной иерархии. С XVII века стоимость работы характеризуется тремя основными факторами: форматом и степенью участия именитого мастера в техническом воплощении. В XX веке цена на произведение искусства, особенно актуального, уже не зависит от его количественных или художественных характеристик, а формируется лишь

современный арт-рынок перешёл на новый эволюционный этап – метамодернистский.

7. Арт-рынок эпохи глобализма является двухуровневым образованием. Первый уровень представлен единым глобальным (общемировым) арт-рынком, второй – множеством локальных (региональных) арт-рынков. Глобальный арт-рынок функционирует как децентрализованное ризоморфное поле, образованное активностью мировых художественных столиц. Обращающиеся здесь художественные ценности являются продуктами интернационального потребления. Субъекты глобального арт-рынка связаны не с конкретными, пространственно локализованными территориями, а с определенными арт-проектами. Локальные арт-рынки, в свою очередь, территориально ограничены, имеют свой центр и четко выраженную «местную» специфику, отличающую их и друг от друга, и от глобального арт-рынка.

8. В эпоху глобализма арт-рынок является одной из форм межкультурного диалога. Для локальных художественных культур можно выделить как положительные, так и отрицательные последствия глобализации арт-рынка. К положительным относятся: обмен творческим опытом на микро- и макроуровне; расширение аудитории; качественное улучшение межкультурной коммуникации. Отрицательными являются: «культурная однородность»; угроза исчезновения традиционных национальных художественных форм; культурное присвоение. В целом под действием глобализации локальные художественные культуры фрагментируются и дифференцируются.

**Степень достоверности и апробация результатов.** Основные положения и выводы исследования получили апробацию в форме статей и докладов на научно-практических конференциях: XIII Открытые республиканские Матусовские чтения (Луганск, 2020 г.), XIV Открытые республиканские Матусовские чтения (Луганск, 2021 г.), Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная 30-летию образования факультета государственного и муниципального управления в системе РАНХиГС «Социальные и гуманитарные науки в современном транзитивном обществе: теоретические и практические исследования» (Волгоград, 2022 г.), II Открытая научно-практическая конференция «Технологии визуального искусства: опыт теоретического осмысления и практической реализации проектов» (Луганск, 2023 г.), международная научно-практическая конференция «Месмахеровские чтения – 2023» (Санкт-Петербург, 2023 г.), XVI Международная междисциплинарная научно-практическая конференция «Матусовские чтения» (Луганск, 2023 г.), III Российский эстетический конгресс: эстетика во времена

глобальных перемен (Владимир, 2023 г.), международная научная конференция «Scientific research of the SCO countries: synergy and integration» (Пекин, 2023 г.), международная научная конференция «Культура и искусство. Поиски и открытия» (Великий Новгород, 2023 г.).

**Публикации.** Основные положения исследования отражены в 16 печатных работах. Среди них 6 статей, опубликованных в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК при МОН Луганской Народной Республики для публикации основных результатов диссертационных исследований, 10 публикаций в журналах, сборниках научных трудов и материалов конференций, общим объемом 7,03 п. л.

**Структура диссертации** обусловлена логикой исследования проблемы, определена характером целей и задач. Работа состоит из введения, трёх разделов (10 подразделов), выводов к разделам, заключения, списка использованной литературы. Общий объем диссертации – 211 страниц (190 страниц – основная часть). Список использованной литературы составляет 205 наименований.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается выбор темы диссертации, её актуальность. Определены объект и предмет, цель и задачи работы, методы исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования и формы их апробации.

**Раздел 1. «Теоретико-методологический анализ арт-рынка как феномена культуры»** содержит три подраздела. В подразделе 1.1. «Сущность, структура и функции арт-рынка» выявлен эвристический потенциал понятия «арт-рынок», проанализированы его сущностные черты, раскрыта структура арт-рынка, систематизированы и описаны его функции.

Отмечая полисемантическую природу понятия арт-рынок, обусловленную его междисциплинарным характером, выделяется два базовых понимания этого объекта, сформированных в современном научном дискурсе. В рамках первого, узко специализированного подхода, которого придерживаются экономисты А. Б. Долгин и Б. А. Денисов, арт-рынок понимается как часть экономической сферы общества и трактуется как механизм купли-продажи предметов искусства. Согласно второму, широкому подходу, разделяемому культурологами и философами О. Н. Астафьевой, Л. А. Заксом, Н. Б. Кирилловой,

формах культурного и арт-туризма приводит к фрагментации и дифференцированию некогда целостного культурного организма. Во многом это связано с процессом деконтекстуализации, возникающем при изъятии отдельных артефактов из аутентичного культурного контекста для удобства международного потребления, что приводит к упрощённому и искажённому восприятию культуры новым потребителем.

«Имплозивность» размывает границы между национальными культурами, превращая мир в «глобальную деревню», описанную М. Маклюэном. В процессе имплантации ценностей одних культур в пространство других неизбежно происходит их освоение, а затем трансформация, адаптирующая их к местной специфике. При этом ценности имплантированной культуры могут лишиться своего содержания, превратившись лишь во внешнюю имитацию, функционирующую по имманентным законам поглотившей их культуры. Являясь частью современной культурной парадигмы, арт-рынок XXI века характеризуется децентрализацией и возрастающим вниманием к проблеме культурной идентичности. Характерной чертой данного феномена является его амбивалентность, выражающаяся в сочетании двух разнонаправленных тенденций: с одной стороны, это глобализация арт-рыночной деятельности, а с другой – внимание к проблематике локального, что находит отражение в присущей арт-рынку наших дней глокальности.

В целом для локальных художественных культур можно выделить как положительные, так и отрицательные последствия глобализации арт-рынка. К положительным относятся следующие:

- обмен творческим опытом (идеями, стилями и техниками) между представителями различных культур способен стимулировать творческий рост и способствовать обогащению и развитию искусства как на микро- (индивидуальном), так и на макроуровне (мировом или уровне локальных школ);

- значительное расширение аудитории благодаря интернету и массовым коммуникациям;

- качественное улучшение межкультурной коммуникации: взаимодействие с разными культурами через искусство способно формировать толерантное и уважительное отношение к представителям других культурных групп и снизить в обществах (особенно многонациональных) уровень внутренней напряжённости.

Отрицательные последствия глобализации арт-рынка можно свести к следующему:

- «культурная однородность» и утрата локальными художественными школами своей оригинальности и аутентичности;

искусства. Причастность к миру современного искусства становится негласным атрибутом роскошной жизни.

В подразделе 3.4. «Арт-рынок как форма реализации диалога культур» отмечается, что современная культура находится под влиянием процесса тотальной глобализации, а мировой арт-рынок выступает синергетическим пространством, в котором циркулируют общезначимые и признанные в мировом масштабе художественные ценности. Пространство арт-рынка как социокультурного феномена является диалогичным: с одной стороны, это коммуникация между художниками и публикой, с другой – между национальными и региональными культурами, и осуществляются эти диалоги на глобальном уровне.

Классический арт-рынок был ограничен рамками европейского региона и существовал в форме сравнительно разрозненных локальных национальных рынков. Современный арт-рынок интегрирует в себя территории, которые прежде находились на периферии западного мира (Индия, Китай, ОАЭ и др.). Сегодня художественные ценности не ограничены географически-региональными рамками, а свободно перемещаются между американскими, европейскими, азиатскими и арабскими узлами сети арт-рынка, объединяющей создателей произведений искусства, посредников и потребителей.

Однако глобальность современного арт-рынка не ограничивается одной лишь географией, он трансформировался в единую синергетическую сферу свободы коммуникаций, обмена и передвижения материалов и идей, где циркулируют творческие продукты, капиталы, технологии и символические ценности. Но и здесь влияние культур носит диалогический характер: национальное искусство изменило структуру современного арт-рынка, а он изменил специфику создания традиционных артефактов. Если прежде «аутентичную» магическую маску участник церемонии изготавливал для себя сам, то огромный спрос на догонские предметы обусловил появление мастеров, которые изготавливают сувенирную продукцию для внешнего потребителя, не соблюдая при этом традиционных ритуалов, канонов и технологий. В этом случае мы сталкиваемся с «профанизированным» способом создания предметов, которые лишены своего внутреннего содержания и являются лишь формальной имитацией.

Рассматривая культурные процессы общемирового масштаба, можно заключить, что ситуация арт-рыночной глобализации требует свежего взгляда на проблему национальной идентичности художника и вновь поднимает вопрос о деформации восприятия культурного наследия. Обращение западного мира к традиционным культурам в

И. М. Лисовец, К. Э. Разлоговым, И. Г. Хангельдиевой, арт-рынок является самостоятельным и самоценным феноменом культуры, в основе которого лежит коммуникация между художником как субъектом производства и публикой как субъектом потребления художественных ценностей. Если придерживаться второй точки зрения, то становится очевидно, что особенности функционирования арт-рынка не могут сводиться к одним лишь чисто экономическим категориям «спроса», «цены» и «предложения».

Проанализировав сформулированные Б. А. Денисовым и А. Б. Долгим «универсальные» характеристики произведений искусства как товаров и сопоставив их с особенностями бытования современного искусства, выясняем, что предложенные вышеупомянутыми учёными характеристики уникальности и инвестиционной привлекательности к нему неприменимы. Посредством этого сопоставления приходим к заключению об историко-культурной определенности особенностей рыночного обращения предметов искусства, что позволяет трактовать арт-рынок как *исторически обусловленный феномен культуры, легитимирующий художественный продукт по отношению к целостному культурному контексту и осуществляющий культурно-экономическое взаимодействие между субъектами и институциями, которые создают, вводят в обращение и потребляют произведения искусства.*

Отражением сложной культурно-экономической природы арт-рынка является его полифункциональность. При осмыслении многообразия художественных работ, циркулирующих в пространстве современного арт-рынка, была предпринята попытка дифференцировать художественные продукты в соответствии с их художественным качеством. Результатом анализа стало выделение четырёх групп арт-рыночного товара: художественного «ширпотреба»; массовой художественной продукции; признанной художественной продукции; художественных инноваций и экспериментов. Эти группы составляют художественно-ценностную вертикаль арт-рыночной структуры. Арт-рыночную горизонталь образуют институции, актуализирующие различные по своему художественному качеству группы творческих продуктов. Это рынки-базары, сувенирные лавки и места продажи интерьерного искусства; художественные мастерские, салоны, галереи и арт-ярмарки; статусные галереи и аукционы; биеннале и экспериментальные площадки, занимающиеся реализацией новейших актуальных арт-проектов. На пересечении художественно-вертикальных и институционально-горизонтальных структурных направлений формируются основные сегменты арт-рынка.

Со структурой арт-рынка тесно связаны реализуемые им функции. Поскольку арт-рыночный механизм основывается на культурно-экономических отношениях, то он осуществляет общие функции, присущие рынку как экономическому институту, и частные (специальные) функции, осуществляемые арт-рынком как особым феноменом культуры.

К первым относятся:

- информационная функция, которая заключается в устранении присущей современной художественной ситуации информационной асимметрии (термин Дж. Акелрофа), когда профессиональное арт-сообщество владеет большей информацией о предлагаемых произведениях, чем представители публики;

- ценообразующая функция, предполагающая, что в условиях рыночной экономики цена на произведение искусства определяется в процессе его рыночного обращения;

- посредническая функция реализуется профессиональными посредниками, организующими коммуникацию между художником и публикой, предоставляя художественный продукт для продажи (организуемой арт-дилерами, аукционными домами, галереями и ярмарками) и символического потребления (посредством музейных экспозиций и кураторских выставочных проектов);

- санкционирующая функция основывается на конкуренции как необходимом элементе арт-рыночного механизма, который определяет состав участников рыночной деятельности.

К специальным функциям арт-рынка как феномена культуры относятся:

- коммуникативная функция, которая заключается в способности арт-рынка связывать воедино все составляющие художественной сферы: производителей художественных ценностей, потребителей результатов их интеллектуальной и творческой, художественную критику, организации профессионального художественного образования;

- культуротворческая функция, суть которой в том, что работа арт-рынка направлена на актуализацию искусства, а также на то, чтобы обогащать внутренний мир потребителей и увеличивать их культурный капитал.

- селективная функция, подразумевающая, что арт-рынок осуществляет культурно-экономическую систему селекции, обращенную к регулярной переоценке системы художественных ценностей;

- легитимирующая функция, посредством которой арт-рынок определяет статус художественного предмета и наделяет его значением, позволяющим отнести его к области искусства.

начали подниматься в арт-рыночной иерархии, освободившееся место художественного «ширпотреба» стали занимать продукты деятельности нейросетей.

В подразделе 3.3. «Актуальное искусство в качестве источника символического капитала» рассмотрен феномен коллекционирования в качестве инвестиционной стратегии и акта символического потребления.

Если индустриальная экономика производила материальные блага, то современная экономика дематериализуется, занимаясь производством символической продукции. В новом социуме господство определяется не производственными мощностями, а контролем над генерированием и распределением информации. Так, слагаемые символического капитала неклассического информационного общества могут приносить выгоду как в денежной, так и в символической форме, например, в виде политической, религиозной или эстетической выгоды.

Символический капитал не одинаков в различных творческих продуктах и не имеет прямой корреляции с их художественной ценностью. Так, отдельные творческие продукты могут стать частью массовой культуры, даже если изначально были созданы и функционировали в пространстве элитарного поля ограниченного производства. Это несколько не снижает их художественных характеристик, а лишь подчёркивает расширение аудитории, которая может их символически «потреблять». Однако нередко элитарное общество наделяет огромным символическим капиталом объекты именно за их недоступность широкой аудитории, позиционируя себя в качестве экспертного сообщества. Этот феномен широко распространён в пространстве глобального арт-рынка и касается неоправданно высоких, с точки зрения широкой аудитории, цен на произведения современного (актуального) искусства. Именно тяга к новизне является одним из самых ярких свойств современного арт-рынка. В некоторых случаях уровень цен на произведения «contemporary art» сопоставим с ценами на классическое искусство старых мастеров.

Коллекции произведений актуального искусства означают принадлежность их владельцев к закрытой элитарной группе со свойственным ей образом жизни. Ещё во времена Античности Аристотель сформулировал мысль, что достойного во всех смыслах человека характеризует не труд, а способ времяпрепровождения досуга. Для современных элит этим особым «облагораживающим» видом досуга стало потребление современного искусства. Неслучайно издания, посвященные светской хронике и рекламе предметов престижного потребления, имеют новостные колонки, освещающие события из мира

иерархии изобразительных искусств обладали статусом лишь художественного «ширпотреба», на вершине этой иерархии по-прежнему были произведения, выполненные в традиционных техниках. Это связано с тем, что для коллекционеров, а следовательно, и арт-рынка, одним из ключевых факторов в оценке произведения является его уникальность. Вплоть до 2021 года цифровая живопись даже не была представлена среди лотов главных институций арт-рынка – аукционах. Культурный статус цифровых произведений резко изменился в феврале 2021 года, когда один из старейших аукционных домов Европы – «Кристис» выставил на торги произведение «Каждый день. Первые 5000 дней» цифрового художника М. Винкельманна, известного под псевдонимом Beeple. Начавшись со стартовой цены в 100 долларов, торги окончились на отметке в 69,34 млн долларов, в результате чего Винкельманн попал в тройку самых дорогих из ныне живущих художников. Наделять в глазах покупателей-коллекционеров цифровое произведение характеристикой уникальности позволило его слияние с блокчейн-технологией, применяемой в криптовалютах.

Этот прецедент интересен тем, что демонстрирует способность арт-рынка посредством одного из своих основных институтов (аукционного дома) успешно проводить апробацию нового вида визуального искусства и в экономическом пространстве, и в пространстве художественной культуры. По сути «Кристис» взял на себя не только экспертную, но и декларативную функцию, проведя успешную апробацию нового вида искусства и провозгласив новую норму. Это изменило статус NFT-искусства в глазах публики: от постмодернистского эксперимента к типичной художественной практике. Помимо аукционов к новому виду искусства начинают присматриваться и другие классические институции – музеи. Государственный Эрмитаж в рамках проекта «Ваш токен хранится в Эрмитаже» выпустил лимитированную серию NFT-работ, состоящую из цифровых копий мировых шедевров из своей коллекции.

Тенденция на дематериализацию объектов торговли является ключевой особенностью современного арт-рынка. После вовлечения криптоискусства в сферу товарообмена институции арт-рынка дублировались и разделили его на два уровня: физических предметов и символических благ. Если на первом осуществляется обмен конкретными артефактами, то на втором – нематериальных продуктов творческого сознания с эвристической ценностью: художественных образов, идей, проектов и т.д. В связи с существенной трансформацией внутренней структуры арт-рынка можно утверждать, что он перешёл на новый метамодернистский этап своего развития. В то время как цифровые виды искусства, созданные человеком, благодаря блокчейн технологии

Механизм легитимации состоит в соотношении работы художника с наличной системой ценностных ориентиров, позволяющих определить её статус в отношении искусства. В качестве таких ориентиров могут выступать другие произведения, имя автора, заключение экспертного сообщества, статус конкретной рыночной институции и пр. При этом сама легитимация может осуществляться как на основе аналогии, так и по принципу антитезы; как на основе доверия экспертному мнению или репутации институции, так и на основе частного вкуса потребителя. На современном арт-рынке легитимация художественного продукта возникает в отношениях, в которые вступают арт-рыночные агенты (арт-дилеры, представители аукционных домов и галерей, критики, кураторы, эксперты музейного сообщества) и стоящие за ними институции. Чем более влиятельные агенты и институции включают художественный предмет в свой контекст, тем большая художественная ценность ему приписывается.

**В подразделе 1.2. «Связь ценообразования предмета искусства и социального статуса профессии художника»** установлены закономерности между социальным статусом профессии художника и спецификой формирования первоначальной цены на произведение искусства.

Незыблемое ныне положение художников и скульпторов как представителей изящных искусств не всегда было таковым. В Средневековье статус профессии художника приравнивался к статусу заурядного ремесленника, соответствующая оценка давалась и его произведениям. В такой системе ценностей стоимость того или иного произведения рассчитывалась по вполне прозрачной и понятной схеме, оперирующей исключительно количественными характеристиками: размером, весом использованных материалов и числом изображаемых фигур.

В эпоху Возрождения схема первоначального ценообразования претерпевает существенные трансформации: помимо упомянутых ранее количественных аспектов, в контрактах начинает оговариваться качественная характеристика – уровень мастерства. Таким образом, появляется понимание художественной ценности произведения – характеристики не количественной, а эстетической. Некоторые мастера, такие как Дуччо ди Буонинсеня или Микеланджело, становились национальными героями ещё при жизни. С XVII–XVIII вв. статус художника как представителя свободных искусств уже не подвергался сомнению, а наиболее успешные мастера даже удостоивались возведения в дворянское достоинство. Из текстов контрактов стали исчезать исчисляемые характеристики композиции и затраты на материалы. Конечная стоимость работы теперь зависела от двух

основных факторов: формата и степени личного участия именитого мастера.

Некоторые современные художники (Д. Кунс, Д. Хёрст, Ай Вэйэй и пр.) и вовсе разрабатывают лишь концепции, а реализацию делегируют мастерским, что никак не отражается на стоимости их работ. Таким образом, цена произведений современных художников может формироваться одним лишь контекстом, независимо от их физических характеристик и даже степени непосредственного участия автора в их материальном воплощении.

В XX веке некоторые художники стали прибегать к осознанной стратегии конструирования эпатажного образа, благодаря которому они привлекали внимание аудитории к своему творчеству. Примером данного феномена могут служить С. Дали, П. Пикассо, Э. Уорхолл. Практика свидетельствует, что в XXI в. публика порой проявляет большее внимание к личности художника и его образу жизни, нежели к его творчеству, что превращает художников и прочих представителей творческих профессий в медийных персон. Подобный акцент на личности автора находит отражение и в деятельности кураторов биеннале – мировых «витрин» локальных арт-рынков, которые при отборе работ для экспозиции всё чаще руководствуются не столько художественными качествами экспонатов, сколько национальностью, расой или гендером авторов. Одним же из побочных эффектов смещения общественного внимания с результатов творчества на личность автора стала так называемая культура отмены.

В подразделе 1.3. «Соотношение цены и ценности в пространстве арт-рынка и влияние контекста на их формирование» освещена главная проблема изучения арт-рынка, которая состоит в его существовании на стыке двух областей знания – эстетики и экономики. И у той, и у другой выработаны собственные системы критериев оценки артефактов: эстетика занимается вопросом художественной ценности произведения искусства, а экономика – вопросом формирования цены на него. Поскольку произведения искусства одновременно относятся как к сфере материального, так и к сфере духовного производства, то при попадании в рыночное пространство обе его сущности подвергаются оцениванию через чисто экономическую характеристику – цену.

Применив приём культурологической атрибуции в рамках типологии условного (абстрактного) артефакта в двух системах культурных порядков, можно сформулировать критерии для эстетической-ценностной и экономически-стоимостной систем оценки произведения искусства. Выявлено, что критерий «оригинальности» в эстетически-ценностной системе – фактор качественный, определяющий новизну произведения относительно художественного наследия

аудитория относилась к ним весьма недружелюбно. В это время появились т.н. маршаны – французские торговцы искусством, которые специализировались на продаже работ своих современников. Новое и непонятное искусство нуждалось в профессиональных интерпретаторах, что потребовало от маршанов взять на себя роль просветителей и популяризаторов. Особенно на этом поприще преуспел П. Дюран-Рюэль, который организовывал своим подопечным персональные выставки, издавал тематические журналы, заказывал арт-критикам статьи и проведение публичных искусствоведческих лекций. Маршаны не только стали для аудитории своего рода проводниками в сферу эстетически неизведанного, но и научились формировать вкусы аудитории, а следовательно, и спрос. Тогда же сформировалось современное понятие галереи как коммерческого выставочного пространства, объединяющего в себе функции музея и магазина. Разработанные маршанами XIX в. стратегии и инструменты продвижения художника на арт-рынке по-прежнему практикуются современными галеристами и арт-дилерами.

В разделе 3. «Специфика арт-рынка эпохи глобализма» содержится три подраздела. В подразделе 3.1. «Культуротворческая функция институций современного арт-рынка» рассматривается процесс замещения институтами кураторства, коллекционерства и биеннале утратившего свою значимость института арт-критики. Анализируется культуротворческая функция биеннале, заключающаяся в просветительской деятельности, поддержке новаторских и экспериментальных арт-практик и расширении эстетического кругозора аудитории. Выявлено заимствование рынком художественной продукции приёмов из сферы шоу-бизнеса и модной индустрии, проявляющихся в сезонности, развлекательном характере сопутствующих выставкам мероприятий и принципа «брендинга». Установлен фундаментальный идеологический конфликт интересов в практике финансовой поддержки галереями музеев и биеннале, ставший под сомнение позиционирование последних в качестве независимых экспертных институций.

В подразделе 3.2. «Легитимация криптоискусства институтами арт-рынка в пространстве художественной культуры» изучены предпосылки возникновения криптоискусства и способы его легитимации.

Продолжительное время человечество имело дело с изобразительным искусством, воплощённым в некой вещественной форме, например, скульптуры или картины. С появлением компьютеров изобразительное искусство начало утрачивать свою вещественную форму и становится цифровым. Однако цифровые произведения в

В поисках новых картин и имён многие торговцы путешествовали по Европе, воскрешая из забвения мастеров прошлых эпох. Торговцы XVIII века занимались не только продажей, но и воспитанием вкуса публики, хотя касалось это преимущественно художников прошлых эпох: популяризация современников считалась делом коммерчески нецелесообразным. В это же время крепнет связь между торговцами, критиками и искусствоведами, работы двух последних групп позволяли некоторым образом формировать спрос. Наводнение рынка подделками побудило популярных торговцев составлять каталоги-резюме и разрабатывать методологию атрибуции. В это же время возникает идея об использовании искусства в качестве финансовой инвестиции.

С XVIII века прослеживается тенденция к превращению искусства в предмет массового символического потребления и постепенному поглощению его индустрией развлечений. Особенно ярко это проявилось в форматах «картин-сенсаций» и «выставок в увеселительных садах». Экспонаты подобных выставок были рассчитаны на широкую аудиторию и были призваны впечатлить публику техническим совершенством, крупным форматом, эффектным или даже скандальным сюжетом. На примере деятельности Эрнеста Гамбара рассмотрен процесс «брендинга» подопечных художников: он ограничивал их творческую свободу ради формирования узнаваемого авторского стиля. В целом для указанного периода свойственно потакание торговцев сиюминутным изменениям спроса: они отслеживали тенденции и быстро насыщали рынок модной художественной продукцией.

В разрастающемся корпусе философских текстов этого периода всё чаще звучали высказывания о порочной связи между деньгами и искусством, наиболее лаконично эта мысль была сформулирована Д. Дидро, высказавшем мнение, что в момент, когда художник думает о деньгах, он теряет чувство прекрасного. Последствием этой деятельности является демонстративное отрицание монетарного и анонимность в финансовых вопросах современного арт-рынка.

**В подразделе 2.3. «Актуализирующая, просветительская и популяризаторская деятельность торговцев искусством»** проанализирована роль института маршанства в вопросе формирования общественных вкусов. Установлена актуальность разработанных торговцами искусством XIX века стратегий продвижений художника на современном арт-рынке.

До XIX в. наиболее ценными трофеями считались произведения старых мастеров, творчество современников торговцев интересовали значительно меньше, поскольку не сулило большой прибыли. Если сейчас Моне, Ренуар и Дега считаются классиками, то в XIX веке

предыдущих эпох. Критерий «уникальности» в экономически-стоимостной системе – фактор количественный, характеризующий объём предметов в целом и функционирующий на рынке в конкретный момент времени в частности. Как видим, описанные два параметра отличаются по своей природе. Следовательно, они не синонимичны и не могут быть объединены в качестве универсального критерия для эстетически-ценностной и экономически-стоимостной систем оценки произведения, который пытаются ввести в своих исследованиях экономисты Б. А. Денисов и А. Б. Долгин.

Наличие художественно-эстетических качеств, достаточных для признания артефакта произведением искусства, является обязательным условием для его функционирования в пространстве арт-рынка, но непосредственно в формировании цены на него оно особой роли не играет. Категории цены и ценности роднит то, что обе они являются социально-конструируемыми: производятся и постоянно воспроизводятся художником, посредниками и публикой. Учитывая вышесказанное, с опорой на принцип кластерной теории философа Б. Гота и рассматривая предмет искусства как культурный артефакт с художественно-эстетической составляющей, автор приходит к следующему определению цены на произведение искусства, которая представляет собой *результат социального конструирования культурной ценности на основе актуальности сопутствующего произведению контекста.*

Культурно-исторический контекст может сложиться вокруг произведения как естественным путём, так и быть сконструирован искусственно, что продемонстрировано на примере деятельности арт-критика Т. Готье. Благодаря сразу двум способам формирования контекста «Джоконда» (произведение XV века) была актуализирована сначала в XIX, а затем в XX вв., что многократно увеличило её художественную ценность от безымянного экспоната музейных запасников до главного шедевра всего западноевропейского искусства с самой высокой в мире страховой стоимостью. На основании данного прецедента была выявлена роль художественной критики и масс-медиа в формировании общественных вкусов. Но если в случае с «Джокондой» мы можем говорить о бескорыстном формировании дополнительного контекста, то современный арт-рынок манипулирует культурно-историческим контекстом в спекулятивных целях. Конструирование сопутствующего контекста является универсальным механизмом увеличения и эстетической ценности, и стоимости на арт-рынке, а также активно применяется в деятельности современных кураторов и галеристов, что демонстрирует способность институтов арт-рынка не только отвечать на спрос, но и формировать его.

Отсутствие понятных критериев оценки дезориентирует аудиторию в пространстве понятий цены и ценности. Это приводит к тому, что она перестаёт доверять собственным ощущениям от произведения, делегируя его оценку неким экспертам: конкретным людям или неким общественным представлениям (моде). Обе тенденции в полной мере проявляются на главных «витринах» мирового арт-рынка – биеннале, экспозиции которых всё чаще формируются исходя не из качества работ, а из соответствия биографий авторов культурной повестке, что повышает в глазах аудитории ценность (и цену) этих произведений.

В пространстве арт-рынка нередки случаи, когда его активными участниками становятся люди, не обладающие развитым эстетическим сознанием. В результате возникают парадоксальные случаи, когда арт-продукт обладает очень высокой ценой и спросом, не имея при этом художественной ценности. В профессиональных кругах процесс подмены стоимости ценой называется «раскруткой», а подвергшиеся ей произведения – «спекулятивными пузырями». Недостаточная квалификация или нравственная нечистоплотность посредника между автором и аудиторией приводит к девальвации профессионального подхода и наводнению арт-рынка сомнительными с художественно-эстетической точки зрения произведениями. Однако и высокая художественная ценность может не иметь прямой корреляции со спросом и ценой: так, произведения А. А. Тарковского идут в полупустых кинозалах и редко транслируются по телевидению из-за низких рейтингов. Такой разрыв между истинной ценностью и востребованностью приводит к разрушению ценностно-эстетических ориентиров общества.

В разделе 2. «Механизмы трансформации художественной культуры арт-рынком» рассмотрены стили-, видо- и жанрообразующие механизмы арт-рынка, продолжается изучение социокультурных факторов, влияющих на первичное ценообразование. В подразделе 2.1. «Прямое и косвенное влияние арт-рынка на формирование новых жанров, стилей и видов искусства: от Реформации до XXI века» рассматривается феномен коммерциализации искусства и превращения его в товар. Во времена Реформации происходит мануфактуризация художественных мастерских, с помощью гравюры достигается серийность производства, начинают появляться специализированные арт-базары, а некоторые художники примеряют на себя роль первых арт-дилеров, продавая работы своих коллег.

Реформация стала ключевым фактором трансформации художественной культуры XVI-XVII вв. Так, для удовлетворения пропагандистских потребностей католической церкви арт-рынок

откликнулся «изобретением» нового художественного стиля – барокко. В протестантской же Голландии из употребления исчезли мифологические и религиозные сюжеты, произошло обособление жанров натюрмортов и пейзажа, расцвел бытовой жанр, заметно уменьшились форматы. Появление новых художественных жанров и изменение иерархического статуса прежних стало ответом арт-рынка на смену основного потребителя художественной продукции с фигуры заказчика на фигуру покупателя, в результате чего художники постепенно снимают с себя функции духовных и нравственных воспитателей зрителя, снижая планку до понятного и комфортного уровня обывателя и потакая его вкусам.

Косвенно арт-рынок причастен к появлению таких видов искусства, как перформанс, ленд-арт, хэппенинг, энвайронмент и т.д. Это произошло в результате творческого протеста Ива Кляйн, Джозефа Кошута и Джорджа Брехта, они изобрели такие виды искусства, в рамках которых результат творческого акта не создавал бы вещественных объектов, которые арт-рынок мог бы превратить в товар. Однако революционные попытки 1960-1970 годов «вывести» искусство из-под юрисдикции рынка утратили свой протестный смысл в XXI веке. Искусство, которое, казалось бы, было совершенно непригодно для обращения в товар, превратилось в рядовое явление коммерческого контекста. И дело не только в том, что арт-рынок научился превращать связанные с бытованием нематериального искусства документальные артефакты-свидетельства в товар, но и с тем, что сама экономическая система дематериализовалась. Сначала вслед за развитием интернета это выразилось в появлении виртуальных галерей и аукционов, а затем и в оперировании продажами цифрового по своей природе криптоискусства.

В подразделе 2.2. «Зарождение профессионального посреднического института: торговец искусством как ценитель, знаток, учёный и импресарио» рассматривается формирование торговли искусством в качестве профессиональной деятельности.

Начиная с XVII века отмечается усиливающаяся тенденция глобализации арт-рынка, благодаря арт-дилерам произведения мигрируют из одной страны в другую, не ограничиваясь локальными рынками. При этом большинство торговцев искусством имели профессиональное художественное образование: насмотренность помогала отыскивать ценные в эстетическом плане произведения, а практические навыки пригождались при реставрации или поновлениях.

В XVIII веке коллекционирование стало престижным хобби, всё больше покупателей нуждались в защите от подделок, что привело к возникновению нового типа торговца – знатока и учёного, который способен провести исследование, попавшего к нему в руки предмета.