

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ ТА МИСТЕЦТВ**

**Кафедра теорії і історії мистецтв**

**ЛІСМАН СОФІЯ АНАТОЛІЇВНА**

**АУКЦІОННІ ДОМА В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО  
АРТ-РИНКУ ТА СУЧАСНОЇ ОБРАЗОТВОРЧОЇ КУЛЬТУРИ**

диплом здобувачки четвертого курсу  
освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр  
за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво,  
декоративне мистецтво, реставрація»  
галузі знань 02 «Культура і мистецтво»

Кваліфікація: Бакалавр образотворчого мистецтва,  
декоративного мистецтва, реставрації/мистецтвознавець»

Науковий керівник:

канд. мист.,

доцентка кафедри

ТІМ ХДАДМ

В.В. Чечик

Національна шкала\_\_\_\_\_

Кількість балів:\_\_\_\_\_

Оцінка ECTS\_\_\_\_\_

ХАРКІВ – 2025

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                                                                                    | <b>4</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ТЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА<br/>ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АУКЦІОННИХ ДОМІВ У СИСТЕМІ<br/>ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА .....</b> | <b>7</b>  |
| 1.1. Аукціонні практики: ступінь наукової розробки теми та джерельна база<br>дослідження.....                                                        | 7         |
| 1.2. Методологічні підходи та інструментарій аналізу функціонування<br>аукціонних структур .....                                                     | 13        |
| <b>Висновки до розділу 1.....</b>                                                                                                                    | <b>14</b> |
| <b>РОЗДІЛ 2. АУКЦІОН ЯК ПРОСТІР ХУДОЖНЬОЇ ЛЕГІТИМАЦІЇ.....</b>                                                                                       | <b>17</b> |
| 2.1. Історичні передумови становлення аукціону як арбітра мистецької<br>вартості.....                                                                | 17        |
| 2.2. Структура та функції арт-ринку в сучасній Європі: аналіз і визначення<br>перспективи.....                                                       | 24        |
| 2.3. Аукціон як механізм формування художньої репутації та вартості.....                                                                             | 36        |
| <b>Висновки до розділу 2.....</b>                                                                                                                    | <b>38</b> |
| <b>РОЗДІЛ 3. РОЛЬ АУКЦІОННИХ ДОМІВ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ<br/>ОБРАЗОТВОРЧОЇ КУЛЬТУРИ .....</b>                                                        | <b>41</b> |
| 3.1. Візуальна ієрархія та канонізація образу: роль аукціону у візуальній<br>комунікації сучасності.....                                             | 41        |
| 3.2. Нові формати аукціонного мистецтва: постекранна культура, NFT,<br>метавсесвітні артефакти.....                                                  | 45        |
| <b>Висновки до розділу 3.....</b>                                                                                                                    | <b>49</b> |

|                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>                                                                                        | <b>52</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                                                      | <b>58</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>                                                                                         | <b>66</b> |
| Додаток А. Енциклопедично-нарративна лексикографія.....                                                     | 67        |
| Додаток Б. Хронологія розвитку аукціонної торгівлі як каталізатора образотворчої культури Європи.....       | 76        |
| Додаток В. Трансформація цінності в арт-ринку: від штучних шедеврів до символічної значущості.....          | 77        |
| Додаток Г. Структура споживчих мотивацій у контексті формування вартості творів мистецтва на аукціонах..... | 78        |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Розгалужена система взаємодії між аукціонними домами, арт-ринком та сучасною образотворчою культурою породжує складну павутину естетичних, культурно-історичних та соціально-економічних наративів. У мистецтвознавчому контексті аукціонні дома виступають ключовими фігурами, які каталізують комерціалізацію мистецтва, формують культурні тенденції та впливають на мистецьку оцінку творів мистецтва. Історичні європейські аукціонні дома, такі як Christie's, Sotheby's, Bonhams, Phillips, Dorotheum, Kunsthaus Lempertz, Drouot, Stockholms Auktionsverk, Bukowskis перетворилися з традиційних місць продажу на витончені артистичні інституції, що відображають динамічну еволюцію мистецтва як культурної спадщини та одночасно як об'єкта купівлі-продажу. Актуальність цих закладів полягає в їхній подвійній ролі: вони функціонують не лише як арбітри цінності, але й як куратори суспільного смаку. Перетворення творів мистецтва на ринкові об'єкти, безперечно, змінює суспільне сприйняття мистецтва, опосередковуючи відносини між творцем і глядачем. У сучасній візуальній культурі аукціонний дім став важливою платформою для поширення та демократизації мистецтва. Проводячи гучні аукціони, які привертають увагу світових ЗМІ, ці інституції відіграють вирішальну роль у популяризації сучасних митців та полегшенні доступу до мистецтва для ширшої аудиторії.

Отже, аукціонні дома займають ключову позицію у формуванні арт-ринку та пульсу сучасної візуальної культури. Їхній вплив виходить за межі простого ціноутворення, формуючи мистецький дискурс та культурологічні ідеології. Розглядаючи аукціонні дома крізь призму мистецтвознавства, можна виявити складні зв'язки між творчістю, бізнесом та суспільними цінностями. Оскільки ці інституції продовжують розвиватися у відповідь на технологічний прогрес і зміну культурних парадигм, їхня актуальність для

розуміння сучасних мистецьких практик і візуальної культури, безсумнівно, зберігатиметься, пропонуючи плідний ґрунт для наукових досліджень і нових дискурсів.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є всебічний аналіз впливу аукціонних домів на формування сучасного арт-ринку та зміни векторів розвитку сучасної образотворчої культури. Для досягнення мети поставлено **наступні завдання:**

- зібрати й систематизувати фахову літературу, визначити стан наукової вивченості теми;
- виявити ключові наукові методи й підходи у дослідницькій розвідці міжнародної академічної спільноти для виявлення стану арт-ринку Європи і нових течій у формуванні сучасної образотворчої культури;
- проаналізувати історичний розвиток аукціонної діяльності та її роль у становленні арт-ринку;
- визначити основні функції аукціонних домів в сучасній системі арт-ринку;
- з’ясувати провідні аукціонні дома, що визначають арт-ринок;
- дослідити механізми та фактори, що впливають на вартість творів мистецтва;
- охарактеризувати вплив аукціонних домів на формування смаків, трендів та тенденцій в сучасному мистецтві.

**Об’єктом** дослідження є аукціонні дома як інститути, що відіграють центральну роль у функціонуванні сучасного арт-ринку. **Предметом** дослідження є роль аукціонних домів у формуванні арт-ринку та розвитку сучасної образотворчої культури.

**Методи дослідження.** Методологія наукової розвідки сформована на теоретичній базі сучасного мистецтвознавства: як провідні визначено – мистецтвознавчий, формально-стилістичний, історико-культурний,

контекстуально-історичний, економічні методи, зокрема маркетинговий та вартісного оцінювання, соціологічний методи.

**Апробація дослідження.** Окремі аспекти наукового дослідження набули апробацію в межах VI Міжнародної наукової конференції «Проблеми методології сучасного мистецтвознавства та культурології» (Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України, 13-14 листопада 2024 р.: [4D6963726F736F667420576F7264202D20CDC0D6B2CECDC0CBDC020C0CAC0C4C5CCB2DF20CCC8D1D2C5D6D2C220D3CAD0C0AFCDC82E646F6378](https://doi.org/10.26907/2542-0412.2024.04.04.04)).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків до них, загальних висновків (загальна кількість сторінок – 54), списку використаних джерел (кількістю 62 позиції) та додатків (кількістю 4 позиції).

## РОЗДІЛ 1

### СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ТЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АУКЦІОННИХ ДОМІВ У СИСТЕМІ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

#### 1.1. Аукціонні практики: ступінь наукової розробки теми та джерельна база дослідження

Сучасний ринок мистецтва є багатовимірною системою економічних, соціальних та культурних відносин, у центрі якої перебувають процеси оцінки, купівлі-продажу та легітимації художніх творів. Одним із ключових механізмів функціонування цього ринку є аукціонна торгівля – прозора та відносно об'єктивна форма обміну мистецькими цінностями, що сформувалась у результаті тривалої історичної еволюції. Розвиток аукціонної справи супроводжувався формуванням особливого документального масиву, який є цінним джерелом для вивчення не лише мистецького виробництва, а й соціокультурного контексту, у якому воно відбувається та на якому ми робимо акцент у цьому дослідженні.

Візуальне мистецтво зараз не лише створює нові сенси, а й активно взаємодіє з минулим, реконструюючи та трансформуючи його крізь призму сучасних наративів. Відповідно до спостережень теоретика сучасного мистецтва Дж. Аллена, мистецтво зараз слугує інструментом перетворення історичних уявлень, залучаючи глядача до процесу «перезавантаження спадщини», де міфотворення, фантастика й інтерпретація стають рівноправними інструментами історичного осмислення [17]. Тобто твори сучасного мистецтва, які потрапляють на ринок, слугують не лише предметами купівлі-продажу та колекціонування, а й історичними джерелами нового типу. Як зазначають Дж. Ендрюс та С. О'Салліван, художній об'єкт у сучасному світі є не просто культурним артефактом, а також виявом соціальних афектів і конструктором, чия інтерпретація залежить від

інституційного контексту – музею, галереї, приватної колекції [18]. У цей момент документи, які супроводжують мистецький твір – сертифікати автентичності, аукціонні каталоги (у цій розвідці використані каталоги Christie's, Sotheby's з продажу сучасного мистецтва), музейні описи, – стають не лише інструментами легітимації, а й джерелами, що фіксують зміну статусу об'єкта: від індивідуальної творчості до культурної власності.

Одним із переломних моментів у формуванні аукціонної документації став аукціон колекції Е. Скалл у 1973 році [20]. Він вивів мистецтво у статус інвестиційного активу.. Такі документи, як лоти, оціночні листи, протоколи торгів, звіти з оцінки (ключовими стали хайлайти продажів сучасного мистецтва за 2024 рік) та експертизи набувають статусу джерел, що дозволяють простежити еволюцію цін, уподобань і механізмів формування капіталу в галузі культури. Завдяки цьому ми маємо можливість використати ці типи джерел і в даному дослідженні, зокрема аналітики англійської дослідниць та арт-журналісток Л. Гудбоді і Ш. Каррінгтон.

Перший аукціон Parke-Bernet (до того, як він став частиною Sotheby's) у 1964 році, знаменував поступове злиття естетики та ринку та додав до бази джерел експертні висновки, звіти з попередніх продажів, а з середини 1990-х років, коли відбулися зміни в ринковій структурі – від камерного клубу знавців до гігантської індустрії – додав до цього списку іпотечні оцінки, страхування, податкові декларації арт-об'єктів та устаткував документ, що супроводжує твір, як елемент його інституціоналізації інвестиційного активу, який має юридичну та культурну силу [20]. Це є важливим при обґрунтуванні обраних прикладів лотів у цьому дослідженні.

У 2000-х і особливо 2010-х роках цифрові технології суттєво вплинули на форму і зміст документаційного супроводу мистецтва. З появою онлайн-аукціонів та платформ (типу Artsy, eBay, Singulart, MutualArt), цифровий обіг почав генерувати новий масив джерел: публічні профілі художників, віртуальні каталоги, онлайн-сертифікати та контракти, блокчейн-сертифікати,

дані про ціни й транзакції [7, 195]. Польська мистецтвознавиця А. Майнка-Павловська додає, що це повернення до прямої взаємодії між митцем і покупцем, але вже у віртуальному просторі, при цьому у сучасній формі джерел, що встановлюють ринок [40].

До цього списку засновниця Art Intelligence Global, лідер у світі сучасного мистецтва у Christie's Е. Капеллаззо також додає визнання прав власності, до якого входить підтвердження автентичності, походження і збереження, та фінансову оцінку. За словами арт-консультатки: «Якщо все далі розглядати мистецтво як інвестицію, це стає можливим саме завдяки документації, яка засвідчує не лише фізичні параметри, а й «життєпис твору», адже без такого корпусу документів витвір втрачає ліквідність і не може бути повноцінним предметом торгів [26]. Ці джерела суттєво розширили доступ дослідників до ринку, уніфікували метадані про твори та зробили арт-ринок предметом цифрової оцінки.

До того ж, аукціон сприймається не лише як акт купівлі-продажу, а й своєрідна сцена, де розігрується ритуал художньої вартості. Тому, як зазначають учасники круглого столу «Art and Its Markets», аукціони мають також і символічну вагу та діють не лише за законами попиту й пропозиції, а й за принципами соціального визнання [26]. Тому в цьому дослідженні особлива увага зосереджена на роботах таких ключових науковців і практиків: А.-К. де Сен-Сір – один із найавторитетніших аукціоністів у світі. Завдяки його тезам, ми дослідили стратегії ринку сучасного мистецтва, Дж. Сталлабрас – відома арт-критик, професор та автор книги «Art Incorporated: The Story of Contemporary Art», що допомогла у здійсненні критичного аналізу комерціалізації мистецтва, А. Фрейзер – однозначно одна з провідних фігур у перформативному, інституціональному, критичному аналізі мистецтва, і є важливою для нас у поясненні символічного значення художньої вартості, М. Шпінглер – колишній директор Art Basel, тобто особа з дуже потужним впливом на ринок, що вносить розуміння стратегічного планування

глобального арт-ринку, П. Бурдье – розробник концепцій «поля культурного виробництва», «символічного капіталу», дослідник соціального конструювання смаку, на якого ми спиралися, зокрема, у другому розділі, Ф. Хук – здійснив критичний та історичний аналіз дилерів, галерей, аукціоністів – ключових гравців ринку, Т. Хансен, А.-М. Брешіані – дослідники провенсу – одного з ключових аспектів обрання та продажу лоту на аукціонах і на базі їхніх досліджень ми сформуvalи історико-аналітичні моделі оцінки сучасного ринку мистецтва. Протоколи попередніх продажів, історія експонування творів – всі ці документи виступають не другорядними або допоміжними, а керуючими у процесі вивчення торгів мистецтва. Як зазначає Е. Капеллаззо: «Можна порівняти ринок сучасного мистецтва з рідколіквідними секторами, такими як продажі хмарочосів у Нью-Йорку чи запуск космічних ракет – у кожному випадку унікальні умови, ексклюзивність об'єкта і вузький пул покупців визначають ціну» [26]. Тут діють символічні механізми, які ми вивчили за допомогою праць К. Казакіної, І. Вірта, Дж. Крокетта, Дж. Геппера.

З тезою про те, що історія мистецтв дедалі більше інтегрується із соціологією, погоджується і теоретики й історики мистецтва Д. Хаслам і Дж. Верлаїне [35]. Тому, аналіз репрезентацій, статистика, інтерв'ю, спостереження – все це є частиною нашого джерельного арсеналу, в цій науковій розвідці ми спираємося на думки зокрема Дж. Хілтон, К. Брайан. Такі аналітичні моделі, як зазначає А. Фрейзер, також окреслюють сучасне арт-поле як конфліктний соціальний простір, де протиставляють ієрархії, привілеям та критичним дискусіям [31].

Серед актуальних аналітиків, що формують сучасне розуміння аукціонного ринку, ми спиралися на праці Л. Гудбоді, Ш. Каррінгтон, П. Свімберге, С. Мелікяна, Р. Вудхема, Дж. Крокетта, І. Вірта, В. Баббса, М. Бауенса. Їхні наукові розвідки стали основою для аналізу трансформацій у вартостях та динаміці аукціонних торгів за останні роки.

Доповненням виступають праці українських дослідників: Д. Акімова, І. Гавришкевич, Р. Безуглої, М. Зінченко, В. Індутного, Н. Мережко, К. Пірковича, які розробляють регіональні аспекти участі українських художників в глобальному арт-ринку.

Для побудови джерельної бази дослідження також були використані тексти міжнародного теоретичного та практичного академічного простору, зокрема авторства Е.-А. Аргун, Е. Баркера, Т. Кроу, Д. Сальво, Р. Пінкуса-Уїттена, І. Гров, Дж. Панеро, Р. Таньчук, А. Вейвей, М. Кшлерін, Ю. Лі, М.-Х. Ма, Л. Реннебург, А.-Р. Макнайт-Абрамс, Л. Мідера, М. Стенлі, Д. Агуеро, Н. Молої, Л. Джаннотті, М. Реша, Дж. Морріс, хронологічні дописи – Т. Шнайдера, Т. Ропак, А. Шварцмана, Ш. Вестфал, М. Батовіч, А. Дозьєра, К. Аделеке, Дж. Арна, М. Бродовича, монографії – «Looters, Smugglers, and Collectors: Provenance Research and the Market» (2015) Т. Хансена і А.-М. Брешіані, «Dealing art on both sides of the Atlantic, 1860-1940: Studies in the history of collecting & art markets» (2020) С. Хуемер, популярно-аналітичні праці – «Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the Twenty-First Century» (2014) Дж. Адам, «Rogues' Gallery: A History of Art and Its Dealers» (2017) Ф. Хука. Ці публікації не лише фіксують присутність художників на ринку, а й задають інтерпретаційний горизонт, який формує попит.

Попри достатню наукову опрацьованість тематики функціонування аукціонних домів у контексті формування європейського арт-ринку – як у міжнародному, так і в українському академічному просторі, де спостерігається стабільна динаміка оновлення й розширення джерельної бази, концептуальних підходів та дослідницьких перспектив, – аспект впливу аукціонних інституцій на розвиток сучасної образотворчої культури поки що залишається недостатньо висвітленим. Цей напрям має фрагментарне представлення у фаховій літературі, що зумовлює необхідність його цілісного теоретико-методологічного осмислення. Саме тому третій розділ нашого дослідження спрямований на аналіз і вивчення ролі аукціонних домів як активних учасників

процесу трансформації художньої культури сучасності, інституційної легітимації мистецьких практик і формування символічного капіталу художників у глобалізованому арт-середовищі. Провідними дослідниками у цьому аспекті дослідження для нас стали академічні праці В. Індутного, Н. Мережко, К. Пірковича, які допомогли проаналізувати критерії цінності мистецького твору, М. Зінченко – саме завдяки тезам цього науковця ми розглянули аукціон як систему фільтрації культурних смислів, А. Умарова, чия стаття допомогла дослідити роль первинного і вторинного ринку в інституалізації художника, Р. Таллея, робота якого аргументувала нашу тезу про соціальну функцію мистецтва як ключового агента змін. Доречною були також аналітика, критичні огляди та есе І. Савченко, А. Шкальової, Дж. Морріса, чийм науковим фокусом є аналіз NFT-ринку і проблеми авторського права. Важливою стала ідея М. Маклюєна: «Медіа – це повідомлення», яку ми розширили як теоретичну основу переосмислення аукціону як медіатизацію мистецтва загалом. Завдяки цим науковим роботам, ми визначили, що інституційна роль аукціонів (структура, функції, соціокультурне значення), феномен «економізації» культури, зміна споживчого попиту, естетичних смаків, соціальної місії мистецтва, вплив цифрових форматів є добре дослідженими аспектами як в українській, так і міжнародній спільноті, а ось до тем ролі аукціонів у локальних (зокрема українських) мистецьких екосистемах, співвідношення між традиційними канонами та цифровими трендами у візуальній культурі, механізмів формування культурної легітимності у контексті гібридного (фізичного/цифрового) арт-ринку присвячена менша увага. Таким чином, глибше міждисциплінарне дослідження ролі аукціонних домів у формуванні та розвитку сучасної образотворчої культури залишається перспективним напрямом для нашої наукової розвідки, яке ми у повному вигляді представили у третьому розділі.

## 1.2. Методологічні підходи та інструментарій аналізу функціонування аукціонних структур

Методика дослідження орієнтована на всебічне вивчення феномену аукціонних домів як чинника формування, трансформації та актуалізації сучасної візуальної культури, зокрема у сфері образотворчого мистецтва. Для досягнення поставлених цілей застосовано **комплексний міждисциплінарний підхід**, що поєднує загальнонаукові, мистецтвознавчі, культурологічні та економічні методи аналізу, зокрема:

- **принцип системного аналізу** – застосований для структурування об'єкта дослідження як складної динамічної системи, що взаємодіє з ринковими, культурними та інституційними чинниками. Дозволив виокремити функціональні блоки діяльності аукціонних домів та їхній вплив на арт-ринок.
- **історичний, хронологічний та історико-типологічний методи** – сприяли реконструкції еволюційного шляху становлення аукціонних домів від античних форм публічних торгів до сучасних арт-майданчиків, визначенню етапів і типів трансформації їхнього впливу на мистецькі процеси.
- **мистецтвознавчий, формально-стилістичний аналіз** – дозволив дослідити взаємозв'язок між художньою вартістю твору та його аукціонною капіталізацією, а також охарактеризувати образно-стильові зміни, яким піддається візуальне мистецтво під впливом ринкових запитів.
- **візуально-аналітичний і порівняльний методи** – застосовано до аналізу представлених на аукціонах творів із різних регіонів світу для виявлення глобальних і локальних стилістичних тенденцій, а також впливу географічного фактору на формування цінності об'єкта мистецтва.

- **контекстуально-історичний та культурологічний підхід** – використано для осмислення соціально-політичного і культурного контексту, в якому функціонують аукціонні доми, що дозволило виявити їхню роль у легітимізації нових художніх практик та творенні канонів сучасної культури.
- **методи узагальнення, класифікації та типологізації** – допомогли систематизувати моделі функціонування аукціонних домів, типи покупців та форматів торгів, а також окреслити їхнє значення у формуванні «ціннісної ієрархії» мистецьких об'єктів.
- **соціологічний метод** – дослідження впливу аукціонних домів на соціокультурні та соціоекономічні процеси в сучасному світі, включаючи роль аукціонів у формуванні соціального статусу художників та колекціонерів.
- **економічні методи (маркетинговий та вартісного оцінювання)** – сприяли вивченню економічних аспектів арт-ринку, зокрема на взаємозв'язку між економічною цінністю творів мистецтва та їхньою культурною значущістю. Дозволив оцінити, як фінансові аспекти впливають на культурну спадщину та розвиток образотворчого мистецтва в цілому.
- **евристичний метод** – був корисним при аналізі механізмів символічного впливу аукціонів на формування нової візуальної норми та при дослідженні феномену «естетичного тренду», який часто формується саме через аукціонні практики.

## **Висновки до розділу 1.**

Аналізуючи ступінь наукової опрацьованості теми аукціонних домів у системі формування європейського арт-ринку та сучасної образотворчої культури, варто констатувати, що стан дослідженості є водночас насиченим і нерівномірним. З одного боку, маємо справу з потужним корпусом

теоретичних, історико-аналітичних і критичних праць, що охоплюють ключові аспекти функціонування арт-ринку – від соціології мистецтва до економіки культурної спадщини. Зокрема, ґрунтовно опрацьованими є питання легітимації художньої вартості, механізмів ціноутворення, ролі аукціонів як ринкових регуляторів, а також процесів документалізації творів мистецтва як інституційної практики. У цьому контексті дослідницькі позиції таких авторів, як П. Бурдє, Дж. Сталлабрас, А. Фрейзер, Е. Капеллаззо, Ф. Хук чи М. Шпінглер, сформували стійкий аналітичний фундамент, на який спирається сучасна арт-історіографія.

Разом із тим, попри стрімкий розвиток теоретичної бази, фіксується недостатній рівень інтеграції цих знань у вивчення аукціонів як культуротворчих інституцій, що активно трансформують саму природу образотворчого мистецтва в умовах гібридного (цифрово-фізичного) ринку. Питання інституційної ролі аукціонних домів у моделюванні художніх смислів, формуванні нових типів художнього авторитету та соціокультурної вартості залишаються другорядними або побіжно згаданими в багатьох працях. Особливо це стосується українського академічного простору, де попри появу важливих студій на тему національної присутності в глобальному арт-ринку, аукціонна проблематика частіше розглядається з позиції економічної історії, ніж як культурна або комунікаційна парадигма.

Джерельна база дослідження демонструє варіативність і сучасність, що є для нас перевагою: від класичних аукціонних каталогів і експертних оцінок до новітніх цифрових метаданих, платформ на зразок Artsy чи MutualArt. Це засвідчує якісне оновлення дослідницького інструментарію, але водночас вимагає високого рівня критичного осмислення як змісту самих джерел, так і їхнього впливу на конструювання наукової оптики. У цьому аспекті особливо цінними стали праці аналітиків, які фокусують свою діяльність на перетині арт-журналістики та ринкових досліджень (К. Казакіна, Л. Гудбоді, І. Вірт), –

їхній емпіричний матеріал відкриває можливості для глибокої компаративної аналітики трансформацій вартостей на арт-ринку.

Що стосується методологічної основи, вона характеризується широким міждисциплінарним спектром, що дозволяє не лише реконструювати історичні етапи розвитку аукціонних практик, але й здійснити їх критичний аналіз у контексті сучасних культурних, економічних і соціальних трансформацій. Застосування системного аналізу, історико-типологічного підходу, а також соціокультурного прочитання художніх об'єктів як носіїв капіталу різної природи забезпечили розширення аналітичного горизонту. Особливо продуктивною виявилася орієнтація на інституційні дослідження (І. Гроу, А. де Сен-Сір, С. Хуемер), що дозволяє розглядати аукціон не як допоміжну ланку ринку, а як самодостатню форму культурного посередництва з високим рівнем символічного впливу.

Отже, загальний стан наукової вивченості теми можна охарактеризувати як концептуально сформований, джерельно забезпечений, методологічно відкритий, однак тематично незбалансований. Особливої уваги потребує поглиблення аналізу культурних, семіотичних і соціокомунікаційних функцій аукціонних структур, а також – вивчення їхнього впливу на локальні художні сцени у глобальному контексті. Відсутність цілісних досліджень у цій площині відкриває перспективи для подальших наукових пошуків, зокрема в напрямі критичного переосмислення аукціону як ключового медіума сучасної образотворчої культури.

## РОЗДІЛ 2

### АУКЦІОН ЯК ПРОСТІР ХУДОЖНЬОЇ ЛЕГІТИМАЦІЇ

#### 2.1. Історичні передумови становлення аукціону як арбітра мистецької вартості

Мистецтво, будучи важливим культурно-історичним феноменом, чинить значний вплив на соціально-економічні процеси, що формуються в системі взаємодії між творцем і споживачем. В умовах глобалізації, коли національні художні традиції втрачають чіткість меж, зростає роль економічної вартості мистецького продукту як об'єктивної категорії, що інтегрується у динаміку світового товарного обігу. Як акцентує Д. Акімов, арт-ринок постає як складна система соціальних зв'язків із ринковими характеристиками, що формує постійні відносини між митцем та аудиторією [1, 71].

Первинне розуміння арт-ринку зводилося переважно до купівлі-продажу художніх творів, однак з часом ця сфера суттєво розширилася. Сьогодні вона охоплює не лише образотворче мистецтво, а й антикваріат, утворюючи розгалужену мережу товарно-грошових відносин [7, 192]. У вузькому сенсі артринок можна тлумачити як художній сегмент ринку, де предметами обміну є унікальні культурні об'єкти, цінність яких визначається не собівартістю, а комплексом факторів: матеріалом, художньою вартістю, віком, походженням. При цьому ціноутворення залишається чутливим до впливу зовнішніх чинників – попиту, пропозиції, соціального резонансу. Іноді ціна може значно перевищувати ринкову вартість – під впливом емоцій, престижу або суперництва на торгах, про що влучно зазначає І. Гавришкевич [5, 1702].

Особливої уваги заслуговують аукціони як ключовий інструмент функціонування сучасної арт-економіки. Вони не лише забезпечують прозорість у процесі торгівлі, але й формують ринкову ціну шляхом безпосередньої взаємодії продавця і покупця. У цьому контексті важливо

звернутися до дослідження Р. Безуглої, яка наголошує: «Через те, що аукціонні дома нині є прибутковою частиною економіки Європи та США, їхня функція значно ускладнилася, включаючи маркетинг і формування іміджу» [4, 51]. Цей інституційний розвиток сприяє не тільки комерціалізації художнього процесу, а й формуванню актуальних мистецьких тенденцій. Аукціони дедалі частіше стають платформами, де визначається, які твори набудуть ринкового визнання, а отже – історичної цінності.

Історія аукціонних домів, які стали важливою частиною системи світового мистецького ринку, є унікальним свідченням того, як мистецтво, економіка та культура взаємодіють і розвиваються в різні історичні епохи, адже арт-об'єкти купувалися і продавалися тисячоліттями, однак досягнення рівня організації арт-ринку, особливо однієї з його ведучих форм – аукціонних домів, було тривалим історичним процесом. З'явлення аукціонів як форми торгівлі мистецтвом дало новий поштовх у розвитку мистецької індустрії, спрощуючи доступ до художніх творів для широкого кола колекціонерів і інвесторів.

Так, за дослідженням А. Майнки-Павловської «Стисла історія арт-ринку: Від меценатів до онлайн-продажів» (2020) найдавніша задокументована трансакція з витвором мистецтва відбулася майже дві з половиною тисячі років тому у Стародавній Греції [40]. Таку хронологію підтверджує і Ф. Хук у своїй роботі «Галерея шахраїв: Історія мистецтва та його дилерів» (2017), описуючи, що перші згадки про мистецькі торги датуються добою Стародавнього Риму, коли продавали статуї, вази та фрески». Т. Хансен, А.-М. Брешіані також висувують схожу межу: «аукціонні практики мають коріння ще з античних часів, зокрема з Риму, де предмети мистецтва та розкоші продавалися на відкритих торгах» [25]. Знадобилося ще кілька століть, аби творчість набула особливого статусу та врегулювався її обіг, адже до певного моменту, твори мистецтва купувалися тільки через персональні замовлення та безпосередньо з художніх майстерень. Першим

епіцентром змін, згідно з тезами мистецтвознавиці, стала Флоренція XV століття, де художники змагалися між собою, аби привернути увагу аристократів і отримати їхнє покровительство. Одними з наймогутніших і найвідоміших прихильників мистецтва епохи були родина Медічі, які наймали таких великих художників, як С. Боттічеллі чи Б. Мікеланджело [39].

Важливо пам'ятати, що цю унікальну ренесансну форму ринку раннього мистецтва слід класифікувати як первинну – твори купувалися безпосередньо від їх виробників, як правило, на замовлення. Найперший прояв вторинного мистецького ринку – такого, на якому твори мистецтва перепродуються, а не купуються безпосередньо у їх творців – можна простежити до шістнадцятого століття. Такі продилери торгували певними видами товарів, як меблі чи одяг, часто пропонували картини та скульптури. Коли колекціонування та поціновування мистецтвом зростали, дилери того часу почали спеціалізуватися на продажу предметів мистецтва, що дало початок професії арт-дилера, які почали формуватися в організації. Як зазначає Дж. Адам у своїй книзі «Великі гроші: вибух арт-ринку у двадцять першому столітті» (2014): «Так, аукціони виникли ще в античні часи, але сучасна, зрозуміла нам, форма арт-аукціонів почала розвиватися у XVII ст. у Нідерландах, а повноцінно утвердилася у XVIII ст. у Лондоні [14].

Грандіозні імена, як-от Sotheby's (1744) і Christie's (1766), стали маяками мистецького ринку, укорінившись у серці Великобританії. Ці два легендарні заклади не лише очолили рейтинг аукціонного світу, а й перетворилися на хранителів історії, торгуючи унікальними артефактами – від «Великої хартії вольностей» до відеозаписів першої висадки людини на Місяць [15]. Саме вони сформували фундамент сучасного арт-ринку, підносячи до нових висот як шедеври видатних майстрів, так і давно забуті або втрачені твори. У своєму прагненні розкрити мистецькі скарби, експерти цих домів виконали титанічну працю – досліджували, автентифікували та переосмислювали значення численних міжнародних культурних надбань. Їхня діяльність не лише

повернула у світову скарбницю безліч знакових робіт, але й пролила світло на тонкощі художніх течій та культурної еволюції. Саме ці доми завдяки своєму досвіду і глобальній присутності залучають від тих років і дотепер колекціонерів та інвесторів зі всього світу.

Серед інших не менш визначних імен британського аукціонного світу вирізняється Bonhams (1793), який став магнітом для колекціонерів і поціновувачів усього діапазону мистецьких форм, підтримуючи різноманітність та інклюзивність у світі творчості. Цей дім відкрив свої двері як для класичного живопису, так і для авангардних напрямків на кшталт поп-арту, стріт-арту і концептуального мистецтва.

Phillips (1796) виділився своїм фокусом на молодих і недостатньо представлених митцях, перетворившись на важливу платформу для розкриття різноманітних форм мистецтва, зробивши його центром для колекціонерів та ентузіастів, що шукають себе у широкому спектрі мистецького вираження. Європейська аукціонна сцена демонструє більшу фрагментарність, регіональну самотність та більший зв'язок з місцевими традиціями [26].

Найстаріший аукціонний дім у світі знаходиться саме у Європі і має назву Stockholms Auktionsverk (1647). Він зосереджує свою діяльність навколо шведського мистецтва (зокрема, скандинавському напрямку в дизайні), поєднуючи класичні й сучасні напрями образотворчого мистецтва з антикварними скарбами. Його «молодший брат» – Bukowskis (1870) також зі Стокгольма, найбільш відомий аукціонний дім у Швеції на разі, зокрема своїми онлайн-торгами.

На центральноєвропейській арені домінує віденський Dorotheum (1707), який є найстарішим аукціонним домом Європи, відомий своєю концентрацією саме на культурних та мистецьких артефактах Австрії та близьких до неї регіонів, міцно тримаючи позиції у Центральній та Східній Європі. Німецький Kunsthaus Lempertz (1845), заснований в Кельні, став знаковим майданчиком для шанувальників старовинного мистецтва, підносячи європейських

маловідомих митців до рівня музейних шедеврів. У Парижі, де культура тісно переплітається з романтикою, Drouot (1852) став символом демократичності французької аукціонної традиції. Він об'єднує незалежних художників і колекціонерів, віртуозно поєднуючи імпресіоністів з модерністами, завойовуючи вже більше двох століть серця найвибагливіших поціновувачів мистецтва. Ця мережа аукціонних домів як вишуканий гобелен, витканий із ниток культурних спадків, новаторських підходів і невтомної дослідницької праці, якій вдалося не лише зберегти історію, а й писати нові її розділи.

Напочатку XX століття історія мистецтва, а саме модернізму, як це назвав Е. Каппеллаззо: «стала частково історією нового маркетингу» [26], що спровокувало потужний розвиток у подальші роки свого існування, аукціонні дома отримали всередині XX століття, зокрема завдяки діяльності Е. Воргола, який зробив революцію в історії всього арт-простору, перетворивши свою мистецьку практику на бізнес. Щодо впливу цього митця на аукціонну діяльність, ґрунтовне дослідження провела англійська мистецтвознавиця Е.-А. Аргун, зауваживши у своїй статті «Лаконічна історія арт-ринку» (2023), що: «Невипадково Е. Воргол називав свою студію «Фабрика» і найняв помічників, які допомагали йому створювати все більше і більше продаваного мистецтва за постійно зростаючими цінами, наслідуючи цупкі аукціонні дома» [19]. Стосовно тези «мистецтво як інвестиція у 1960-ті» рефлексує у своїй статті «5 декад, 5 головних моментів в історії арт-ринку» (2019) і А. Гіршович, зокрема резюмуючи історію організації у 1969 році Інституту мистецтва Sotheby's, як відповідь на потребу освіти в справі арт-аукціонізму [33]. Не другорядну роль у цьому процесі відіграв галерист і арт-дилер Л. Кастеллі, який, наприклад, представляв своїх художників як бізнес-інвестор. Таким чином, надаючи своїм митцям підтримку та фінансування, Л. Кастеллі призвів до міжнародного визнання багатьох художників, і стимулював зростання цінності робіт ще за їхнього життя, що рідко досягалося раніше в історії мистецтва. Саме з 1960-х років мистецтво стало вважатися законним «інвестиційним активом» [26]. Ця

історія стала лінією, що зв'язує мистецтво з капіталізмом, була вписана незмивним чорнилом, яке ніколи не стерлося.

Протягом 1970-х років ринок мистецтва зазнав значного розширення завдяки цьому новому розумінню арт-ринку у зв'язку з глобальною економікою, після чого 1980-ті стали десятиліттям, яке характеризувалося великим бізнесом і великими грошима, що у подальшому призвело до фінансового буму у 2000-х роках в аукціонних домах по всьому світу. Навіть після краху 2008 року, коли лише акції Sotheby's впали на 83%, ринок мистецтва відновився за лічені місяці та надалі залишився стійким [32].

Історично сформована концентрація Christie's і Sotheby's у Лондоні тривалий час залишала деякі регіони осторонь аукціонного бізнесу. Зокрема, Франція протягом століть, починаючи з едикту Генріха II 1556 року, обмежувала діяльність іноземних аукціонних домів на своїй території [25]. Лише в останні десятиліття ситуація змінилася, і Париж поступово перетворився на важливий арт-хаб.

Однак геополітичні зміни, зокрема Брекзїт (обговорення виходу Великої Британії з ЄС у 2020 році), спричинили падіння активності Лондона як арт-центру. За словами Р. Вотерхауса, це пов'язано з «жахливою бюрократією та витратами», необхідними для угод у Лондоні, натомість «виграють аукціони в Парижі та Гонконгу» [60]. Проте, незважаючи на загальне зниження активності у 2024 році, саме Лондон продовжує генерувати найбільші результати – 10 із 10 топ-продажів першого кварталу були здійснені тут, шість з яких – на Christie's [60].

Зауважимо на ролі інтернету у розвитку можливостей онлайн-продажу мистецтва. Цей конкретний фактор є найважливішою зміною в історії арт-ринку нашого часу. З такими корпораціями, як, наприклад eBay, з'явився простіший і набагато доступніший спосіб придбання мистецтва, на що швидко відреагували аукціонні дома. Завдяки цьому у 2010-х роках ринок вторинного мистецтва знайшов своє місце в інтернеті і мало того, що аукціонні дома

почали проводити продажі в прямому ефірі, доступ до інформації та даних про ціни став важливим для онлайн-платформ ринків мистецтва. Світ, який традиційно вважався недоступним для багатьох, раптом став нескінченно відкритим і менш вибагливим. Як зазначає Е. Баркер у своїй статті «Мистецтво та візуальна культура: Від середньовіччя до сучасності» (2020): «Зараз після довгої історії розвитку арт-ринку та його впливу на візуальну культуру, ми маємо справу з мистецтвом, пов'язаним із найновішою формою сучасності, де творчість привертає до уваги відвідувачів музеїв інший, новий досвід і вимоги» [22].

Під «іншим, новим» досвідом, коло науковців Т. Кроу, Д. Сальво, Р. Пінкус-Уіттен, І. Гров вважають: «експертизу, персонал, базу колекціонерів і Всесвітню онлайн-мережу» [26]. Аукціонні дома оцінюють твори, документують їх, аналізують ринкові тенденції й гарантують, що вони досягнуть цієї ціни, на яку ці твори заслуговують. Тепер, під час популяризації онлайн-ринків, аукціонні дома повинні виступати арт-дилером і безпосередньо контактувати і з автором робіт, і з потенційним покупцем, яким виступає колекціонер, меценат, ентузіаст мистецтва, як і у звичайних аукціонних домах. Тільки тут вони перетворюються на онлайн-галерею з дуже великим портфоліо художників без кураторських виставок. Їхні гонорари, як правило, трохи вищі, але це не робить дім менш прибутковим, адже «більше митців – більше продажів» [26].

Зараз історія існування аукціонних домів та онлайн-платформ (наприклад, Artsy, Mutualart, Singulart, Artistica, і згаданий раніше eBay), виконуючих ту саму функцію, стрімко розмиває суперництво між ними, оскільки вони знаходять нові способи співпраці. Як узагальнює дослідник Б. Нг: «Зрештою, усі форми арт-ринку керуються залученням нової світової аудиторії колекціонерів і підтримкою нового покоління провідних художників, які будуть співпрацювати як бізнес-клієнти та партнери у ширшій екосистемі мистецтва» [47].

## **2.2. Структура та функції арт-ринку в сучасній Європі: аналіз і визначення перспективи**

Наразі аукціонні дома виступають складними і багатофункціональними інститутами, які поєднують у собі маркетингові, економічні, культурні та мистецькі аспекти. Їхня діяльність охоплює різноманітні етапи – від первинної експертизи арт-об’єктів до формування іміджу творів і роботи з потенційними покупцями.

Дж. Панеро викладає спірну думку стосовно основної функції аукціонних домів: «Сучасний арт-ринок, зокрема, аукціонні дома є часто незрозумілим явищем, яке не піддається простим поясненням. Саме ця незрозумілість сприяє його привабливості та постійно привертає увагу ЗМІ та широкої аудиторії. На відміну від інших ринків, де ціна зазвичай є відображенням утилітарної вартості продукту, арт-ринок вирізняється продажем об’єктів, які мають «марну та довільну» природу [48]. Основною роллю аукціонних домів стає не лише продаж творів мистецтва, але й створення своєрідного ілюзорного розуміння їхньої цінності, що спотворює оцінку мистецтва і підкреслює його ринкову складову. Як відзначив Т. Шнайдер, аукціонний дім трансформувався у простір, де комерційні критерії почали домінувати над художніми. Так, авангардне мистецтво стало асоціюватись з великими грошима, а цінність творів мистецтва почала визначатися через їх ринкову привабливість і спекулятивну перспективу, а не видиму якість [51].

Як зазначає у своїй статті Д. Акімов «Маркетингова експертиза художніх творів як складова їх оцінки та просування на арт-ринку» (2020), посилаючись на вже згаданого нами Ф. Хука: «Провенанс, – за його теорією, – виступає не лише свідченням автентичності, але й фундаментальним елементом маркетингової стратегії на арт-ринку, підтверджуючи унікальність і культурну значущість твору» [3, 89]. Але важливою є теза С. Рейберна, який наголошує на тому, що зараз покупці все частіше зосереджуються на новому,

сучасному мистецтві, оскільки воно асоціюється з престижем, можливістю робити «енергійні ставки», отримуючи водночас суспільне визнання, адже молоде покоління не так зважає на згаданий раніше провенанс, надаючи перевагу свіжим і несподіваним роботам, уникаючи класичних авторів із музеїв, оскільки сучасне мистецтво пропонує більш динамічні форми соціального та культурного аспекту [50].

Однією з важливих функцій аукціонних домів є створення аналітичного контексту для покупців і продавців. Зокрема, Д. Акімов, пропонує розглянути індекси продажів на ринку мистецтва, що демонструють зростання цін на твори, наприклад, імпресіоністів чи сучасних художників порівняно з роботами старих майстрів, відіграють роль інструменту переконання і мають певний рекламний характер. Він зазначає, що найкращий спосіб оцінити таку ринкову динаміку – порівняти продажі одного й того ж твору протягом десятиліть, що дає об'єктивніші результати, ніж загальні тенденції [3, 89].

Особливою функцією сучасних аукціонних домів є популяризація молодих художників, беручи цю тенденцію з діяльності Phillips. Як зазначено у дослідженні Д. Акімова, арт-дилери поступово підвищують ціни на роботи митців, створюючи ажіотаж та демонструючи ринок як такий, що постійно зростає [3, 93]. Ця стратегія сприяє формуванню бренду художника і забезпечує довгостроковий комерційний успіх.

Важливим сегментом роботи аукціонних домів та арт-ринку загалом є колекціонери. Польська дослідниця Р. Таньчук, яку згадує у своїй науковій статті «Колекціонери як споживачі творів образотворчого мистецтва на арт-ринку та їхні мотивації» (2021) Д. Акімов, визнає колекціонування як культурну активність, що перетворює предмети на об'єкти культурної цінності. Колекціонери часто зосереджуються на тематичному поповненні своїх зібрань, демонструючи їх публіці та передаючи музеям. Їхні мотиви варіюються від патріотичних та ідеологічних до суто естетичних або ж

наукових [2, 83]. Тобто колекціонування виконує не лише фінансову, але й соціальну функцію, впливаючи на візуальну культуру соціуму.

Співпрацюючи з колекціонерами, аукціонні дома відіграють критичну роль у встановленні цін на ці культурно-мистецькі об'єкти. Як зауважує М. Зінченко, ці організації поєднують естетичний і економічний аспекти, підкреслюючи символічну цінність творів, яка є ключовим елементом арт-ринку. Аукціони визначають ринкову вартість предметів мистецтва через конкурентний механізм пропозицій, що відображає готовність колекціонерів платити за культурні активи [7, 192]. Як зазначає Р. Пінкус-Уіттен: «Аукціонні дома стали місцем, де відбувається синтез мистецтва, культури і ринку. Вони виконують роль «театру придбання», де сам процес покупки набуває публічного характеру. Це вже не приватний акт купівлі-продажу, а публічний перформанс. Астрономічні ціни, досягнуті під час таких подій, часто відображають не лише попит на твори, але й глибоку символічну зарядженість цих творів [26]. Як оперує йому І. Гров, музейні та критичні наративи також активно формують цю символічну цінність, яка лише транслюється у вартість на аукціонному ринку [26].

Суттєво вплинула на подальшу аукціонну діяльність демократизація ринку мистецтва, спричинена глобалізацією та інформаційною епохою. Як відзначено у дискусії учасників круглого столу «Мистецтво і його ринки» (2008), у попередні епохи доступ до ринку контролювався обмеженим колом гравців. Сьогодні ж, завдяки відкритості ринку, кожен охочий може стати його учасником. Це створює нові можливості для формування унікальних наративів і впливу на культуру, хоча й супроводжується несподіваними викликами. Аукціонні дома, як зазначено, А. Вейвей, стають центром цієї глобальної взаємодії, перетворюючи інформацію на головну валюту у ринку «інтелігенції» [56]. Як акцентує Д. Сальво, погоджуючись з тезою Р. Пінкуса-Уіттена, аукціони можна розглядати як тимчасову форму мистецтва, де кожен лот стає частиною своєрідного перформансу. Темп продажу, послідовність

лотів, напруга та драматизм створюють враження, подібне до театральної вистави. Така постановка привертає увагу широкої аудиторії та додає престижу як творам, так і самим подіям їхнього продажу [26].

За думкою М. Кшлерін, аукціонні дома стали платформами для міжкультурного діалогу, адже зараз у соціумі, де культурне розмаїття відіграє ключову роль, вони не лише сприяють збереженню та популяризації мистецької спадщини, а й інтегрують нові культурні голоси. Сучасні аукціонні дома збагачуються за рахунок міжкультурного обміну, сприяючи розумінню та емпатії між представниками різних традицій. Вони підтримують цю тенденцію, забезпечуючи доступ до мистецтва з усього світу, що стимулює глобальне визнання та відзначення культурних відмінностей [38]. Наприклад, ведучим висновком з дослідження групи вчених Ю. Лі, М.-Х. Ма, Л. Реннебуг «Ціноутворення мистецтва та мистецтво ціноутворення: Про прибутковість і ризик на ринках аукціонного продажу творів мистецтва» (2021) є попри те, що найстаріші аукціонні дома виникли у Європі та Великобританії, сьогодні їх мережа охоплює країни США, Китай і Південна Африка. Це свідчить про адаптацію до потреб ринку та постійний пошук нових можливостей для просування мистецтва [39]. Проте, як зауважує у своїй статті «Арт-ринок цікавих часів: хто фінансує сучасне мистецтво сьогодні і чому це важливо?» (2019) А.-Р. Макнайт-Абрамс: «Мистецький ринок все одно перебуває під впливом нерівності, економічних коливань, непередбачуваних глобальних подій, що додає складності в його функціонуванні. Ці виклики наголошують на необхідності ще більшої інклюзивності та підтримки недостатньо представлених митців, які все ще залишаються поза увагою великих аукціонних домів [42]. На противагу цьому Л. Мідер стверджує у своєму дослідженні «Мистецтвознавець в аукціонному домі» (2023) саме аукціонні дома відкривають доступ до творів, які раніше перебували в приватних колекціях, і створюють умови для їхнього вивчення істориками і теоретиками мистецтва. Завдяки аукціонам мистецькі об'єкти отримують нове життя,

формуючи історичний виклад і привертаючи увагу мас до різноманітних маловивчених стилів та епох [43]. Порівнявши позиції, ми погоджуємося із думкою М. Стенлі, який у своїй статті «Стан арт-ринку: розуміння регіональних відмінностей на глобалізованому ринку мистецтва» (2024), наголосив на важливості сприйняття сучасних аукціонних домів як таких, що функціонують у глобальному контексті, проте зберігають ключові регіональні відмінності, постійно співпрацюючи з міжнародними інституціями, виставками, але також і місцевими зацікавленими сторонами для сталого розвитку [55].

У 2025 році європейський арт-ринок являє собою складну й багатогранну екосистему, в якій переплітаються економічні, соціальні, культурні та особистісні мотиви учасників. На ринку панують дві основні категорії гравців: колекціонери та інвестори, кожна з яких має власні підходи до оцінювання та придбання творів мистецтва. Водночас, головну роль у функціонуванні ринку відіграють і посередники: галеристи, арт-дилери, аукціонні дома та консультанти.

У своїй статті «Маркетингова експертиза художніх творів як складова їх оцінки та просування на арт-ринку» (2020) Д. Акімов спирається знову на думку Ф. Хука стосовно виявлення проблематики та обґрунтування концепту мотивації покупців. Фахівець з арт-ринку, арт-дилер та історик мистецтв виділяє чотири основні мотиви: прагнення вигідного вкладення коштів, підвищення статусу, отримання духовного блага й насолоди від естетики та інтелектуального розвитку. Перші два мотиви домінують, особливо серед інвесторів, які розглядають мистецтво як актив. Однак такі мотиви, як демонстраційний статус, набули особливої популярності в часи після covid-19 [3, 90].

Ми вважаємо доречним додати ще один мотив – комерційний. Його розглянула у своїй статті «Бренд митця та арт-ринок: сучасна система цінностей у мистецтві» (2021) Р. Безугла, звертаючись до французького

соціолога П. Бурдьє, який зацентрував увагу на тому, що арт-ринок є унікальним серед економічних систем через механізми утримання затребуваних творів для підвищення їхньої вартості чи створення ажіотажу навколо молодих художників [4, 51]. Саме завдяки цьому дилери мають одну з вирішальних ролей при підтриманні аукціонного дому «на плаву»

Роль колекціонерів на арт-ринку складна і багатоаспектна. За дослідженнями польської дослідниці Р. Таньчук, колекціонування є культурною активністю, що перетворює речі на культурні об'єкти, формуючи національну свідомість та зберігаючи спадщину. Колекціонери мають різні мотиви: економічні (інвестиції), патріотичні, наукові, ідеологічні, естетичні та статусні. Більшість із них прагне не тільки зберігати, а й популяризувати свої колекції через виставки чи передачу творів музеям [2, 83].

Куратори, у свою чергу, еволюціонували в менеджерів з маркетингу, які просувають митців та формують попит на ринку. На думку Ж.-Ф. Ліотара, це призводить до поступового зменшення ролі академій мистецтв та збільшення значення приватних та комерційних інституцій [5, 1703]. Тому маркетингові технології також відіграють важливу роль у сучасному арт-ринку. Зокрема, створення черг на придбання робіт, укладання довгострокових контрактів із художниками й поступове підвищення цін на їхні твори. Ці методи ефективно стимулюють попит, створюючи ілюзію високої активності ринку. При цьому дилери часто послуговуються листами очікування, аби уникнути ризиків, пов'язаних із можливим падінням попиту [3, 88]. Так, однією з найцікавіших концепцій, що розвивається в рамках сучасного мистецтвознавства, яку дослідив І. Гавришкевич, є розділ творів мистецтва на «справжні» та «штучні» шедеври. «Справжні» – це ті, що випробувані часом та критиками, і викликають глибокі емоції та відгук аудиторії. «Штучні» шедеври з'являються завдяки агресивному просуванню на ринку. Наприклад, «Алжирські жінки» П. Пікассо, хоч і вважаються шедевром, не завжди демонструють стабільне

фінансове зростання, тоді як менш знані твори можуть забезпечувати кращу рентабельність [5, 1702].

Тому однією з найяскравіших тенденцій останніх років стала переоцінка того, що становить художню цінність. Як зазначає І. Кроу, символічна цінність мистецтва є не просто побічним продуктом його ринкового успіху, а активно конструюється критиками, кураторами та інституціями [26]. Ця взаємодія між символічною та ринковою цінністю пояснює, чому навіть «неперевірені» сучасні художники можуть досягати шести- або семизначних продажів, тоді як роботи історично значущих митців є порівняно недооціненими. У своєму аналізі І. Кроу підкреслює роль «економіки знань» у мистецтві, де ті, хто контролює інформацію та наратив, мають величезний вплив на ринкову динаміку [26]. Р. Пінкус-Віттен розвиває цю думку, підкреслюючи важливу легітимізуючу функцію мистецької критики та наукового дискурсу. Він стверджує, що ці рамки не лише формують символічну цінність мистецтва, але й підкріплюють його бажаність на ринку [26]. Дійсно, оскільки сучасне мистецтво все частіше стає місцем публічного видовища – від відкриття галерей до мистецьких ярмарків – ринок сам бере участь у перформативному «творенні» цінності.

Одна з найважливіших ролей на сучасному арт-ринку належить художнім музеям. Зокрема, музеї не лише консервують мистецьку спадщину, але й активно впливають на ринкову цінність об'єктів, включаючи твори у свої колекції. Потраплення до музейного зібрання миттєво підвищує рейтинг художника та його робіт. Як зазначає Д. Агуеро, «визнання твору мистецтва значною мірою залежить від контексту, в якому воно експонується» [16]. Ця думка, на наш погляд, доповнює вислів Р. Рінкуса-Віттена стосовно «театралізованості» торгів.

До того ж, варто зазначити вплив бієнале в останні кілька років. У своєму дослідженні «Стан арт-ринку: вивчення географічних відмінностей на глобалізованому арт-ринку» (2024) М. Стенлі наголошує на тезі: «учасники

ринку подорожують між країнами для участі у виставках, аукціонах і арт-ярмарках, активно співпрацюючи з галереями та колекціонерами в різних частинах світу». Завдяки цьому аукціонні дома активно розширили свої аудиторії за межі Європи та Америки, звертаючи увагу на Індію, Африку, Китай, Бразилію та ін. [55]. Останнім часом все більше експертів з аукціонної справи наголошують на дедалі подальшому впливі приватних дилерів та колекціонерів з Азії та Близького Сходу. На цьому акцентує і Дж. Адам, і Т. Хансен, і А.-М. Брешіані: «Змінюється профіль покупців: дедалі більше молодих та неєвропейських учасників» [25].

Таким чином, європейський арт-ринок у 2025 році функціонує як складна система, у якій фінансові та статусні аспекти переплітаються з культурними та естетичними. Основні гравці – від інвесторів до колекціонерів – визначають його розвиток через свої унікальні підходи та мотивації.

Щодо самих аукціонних домів, як і п'ятдесят років тому, центральними гравцями залишаються Christie's та Sotheby's.

За результатами дослідження Н. Молої, викладеними у статті «Аукціонний ринок: де стикаються культура та комерція» (2024), ці аукціонні дома надають художникам платформу для збільшення видимості їхніх робіт. Дослідниця підкреслює: «Прозорість та колаборація між дилерами, митцями та аукціоністами здатні забезпечити художникам можливість орієнтуватися у складнощах ринку, зберігаючи водночас творчий імпульс» [44]. Тобто такі інституції не лише сприяють обміну творами мистецтва, але й формують довгострокові траєкторії кар'єр артистів.

Ф. Хук проголошує, що формування ринку все більше нагадує зараз шоу-бізнес із його кастингами, піаром і медіа-кампаніями [36]. А також додає ще одного суттєвого гравця на наше поле – інфлюенсера. «Вони є сьогоdnішніми зірками арт-ринку» - так їх називає дослідник [36]. З ним погоджується і Дж. Адам, визначаючи як провідну силу соціальних мереж – це новий вид ЗМІ [14].

На тлі глобалізованого арт-ринку, де лідерські позиції утримують Christie's, Sotheby's, Phillips та Bonhams, українські аукціонні дома формують свій окремий культурно-економічний ландшафт. Їхня діяльність не лише віддзеркалює локальні художні тенденції, а й слугує індикатором суспільних пріоритетів, інвестиційних уподобань та ідеологічної переоцінки національного мистецького спадку. Попри виклики війни, економічної нестабільності та зменшення купівельної спроможності, окремі українські гравці арт-ринку демонструють стійкість, адаптивність та інституційну зрілість, гідну порівняння з європейськими моделями. Одним з найвпливовіших інституцій у цьому контексті виступає аукціонний дім Goldens (до 2022 – «Золотий перетин» / Golden Section), заснований 2004 року в Києві. Goldens послідовно вибудовує імідж експертного центра українського колекційного мистецтва, поєднуючи ринок класичного живопису XIX–XX століть із нонконформістськими течіями та сучасними художніми практиками. Організація не обмежується суто торгами – вона виступає цілісним культурним провайдером. Аукціон #67, що відбувся у лютому-березні 2025 року, включав твори таких знакових постатей як Д. Бурлюк, Т. Яблонська, І. Марчук, М. Примаченко, але попри широкий авторський спектр, більшість лотів не було продано або не виправдали початковий естімейт. Це свідчить не лише про загальний спад купівельної активності, але й про трансформацію підходів колекціонерів, які все частіше орієнтуються на вузько спеціалізовані ніші або стратегічно вибрані імена.

На регіональному рівні виокремлюється аукціонний дім «Меркурій», що став першим спеціалізованим мистецьким аукціоном на заході України. Його колекція, яка налічує понад 6 000 творів, переважно охоплює українське мистецтво XX–XXI століть. Представлені імена – А. Горська, О. Заливаха, В. Зарецький – свідчать про спрямованість до переосмислення українського неомодернізму й шістдесятництва, однак результати торгів залишаються поки

що непевними, що знову ж підтверджує ймовірний розрив між символічною цінністю художника і готовністю ринку її підтвердити фінансово.

Значну нішу в українському арт-просторі посідає аукціонний дім «Дукат», що з 2008 року спеціалізується на мистецтві першої половини ХХ століття, неофіційному мистецтві радянського періоду та сучасних практиках. Важливою віхою стало проведення першого в Україні аукціону букіністики у 2016 році – крок, що виразно окреслив інституційну гнучкість та прагнення до мультидисциплінарного розширення арт-ринку.

На перетині сучасного мистецтва, нових медіа та онлайн-торгів вирізняється аукціонний будинок ArtNas, який акцентує на актуальному живописі, представляючи художників, що не входять до «великого канону», проте поступово здобувають видимість: Р. Решетов, В. Сад, В. Йолохов, С. Жалобнюк тощо. Така стратегія дозволяє ArtNas працювати з менш передбачуваним сегментом, де спекулятивний потенціал може бути вищим, однак і ризики непередбачуваності – суттєвіші. У цьому контексті варто згадати концепт «штучних шедеврів», описаний І. Гавришкевичем, що уможливорює «створення» художньої вартості шляхом ринкової симуляції та маркетингової нарації.

Якщо ж проаналізувати український арт-ринок крізь призму окремих художників, а не лише інституцій, то вимальовується дещо інший, більш глобалізований і суперечливий ландшафт. Попри нерівномірність внутрішнього ринку, низка українських митців досягли визнання і комерційного успіху на міжнародних аукціонах та виставкових майданчиках. Так, за оцінками Forbes А. Криволап залишається найдорожчим сучасним українським художником (186 000 доларів на аукціоні Phillips у 2013 році) [9], М. Примаченко – символічна постать національного мистецтва, чії роботи у 2022 році сягнули 500 000 доларів на благодійному аукціоні від Дукат [6]. Твори М. Глуценка, І. Марчука, О. Ройтбурда також фіксувалися на престижних торгах, включно з українським Goldens та закордонними Christie's

та Phillips, а К. Малевич остаточно закріплений у глобальному мистецькому каноні та оцінений за 85,8 млн доларів у 2018 році на аукціоні Christie's. Ці кейси свідчать про наявність стратегічного інтересу до українського мистецтва з боку міжнародних гравців, однак водночас вказують на фрагментарність цього інтересу, який часто зумовлений не ринковою інфраструктурою, а виключно біографічними або історико-символічними чинниками. У цій ситуації важливим стає питання системної підтримки, інституційної репрезентації та довготривалого діалогу з глобальними арт-платформами.

Але не лише регіональні аукціонні дома, а й монументальні інституції не застраховані від викликів сучасності. Не дивлячись на стратегії організацій, які націлені на розширені географічного впливу, про що свідчать їхні установи майже по всьому світу, у 2024 році, згідно з аналізом П. Свімберге, загальні прибутки, а також кількість проданих робіт, знизилися на 40% порівняно з попередніми роками [56]. Цю тенденцію підтвердив і С. Мелікян – експерт арт-ринку, який підкреслив, що сучасні покупці все більше орієнтовані на прибуток і додану вартість, а не на просто естетичний або культурний аспект творів мистецтва. Це означає, що сучасні колекціонери не завжди є глибокими знавцями, а частіше швидкими споживачами, які купують без ретельного аналізу, часто вдаючись до спекулятивних стратегій [56].

Цьому сприяла активна розробка онлайн-платформ ринку і поява віртуальних аукціонів, завдяки чому участь у світі мистецтва більше не вимагає близькості до елітних культурних центрів ані тих, хто продає, ані тих, хто купує. Кожен, хто має ресурси та доступ до інтернету, може стати повноправним гравцем. Така широка участь сприяла появі неочікуваних можливостей, але водночас і нестабільності, оскільки ціни можуть різко коливатися залежно від уваги ЗМІ, тенденцій та непередбачуваності ринків у реальному часі.

Що ж до провідних гравців-художників, за аналізом Дж. Сталлабрасса, підвищення загальної обізнаності покупців завдяки інтернету сприяє тому, що дедалі більша аудиторія знаходить задоволення у складних мистецьких концепціях, а багато сучасних робіт стають «дружніми» та доступними для ширшої публіки. Водночас останні 10 років зростає популярність митців, які балансують між елітарністю і масовістю, таких як Дж. Кунс чи Т. Мураками, чії роботи є одночасно інвестиційними активами й атрибутами сучасної й поп-культури [54].

Не дивлячись на помітну зміну поколінь серед колекціонерів, як зазначає Г. Натан, засновник світового лідери у сфері арт-консалтингу Beaumont Nathan: «Колекціонерів, яким за 40, почало потроху приваблювати молоде мистецтво через здатність бути як фінансовим інструментом, так і соціальним символом. Ви можете зробити ставку 400 000 фунтів стерлінгів і вам аплодуватимуть. Це набагато веселіше, ніж витратити пару мільйонів на сучасну роботу, яку ще ніхто не помічає» [50]. Такий акцент на «трофеях» і нових іменах художників свідчить про зміщення фокусу ринку від визнаних сучасністю майстрів до більш ризикованих, але перспективних та з розрахунком на перевірені інвестиції.

Як бачимо, гроші завжди супроводжують мистецтво і визначають його першорядних гравців, хоча апріорі не мають нічого спільного з ними, а положення на арт-ринку у 2025 році можна охарактеризувати висловом А. Каппеллаццо: «Коли ми пройшли через незнайомість і незрозумілість мистецтва, і просто прийняли його – воно стало легким. Додайте грошей до цієї легкості, і ви почнете розуміти, чому популярність мистецтва відповідно зросла; додайте чудернацьку увагу засобів масової інформації, фетишизацію та шаленість методів і шляхів створення арт-об'єктів, перетворення художника та колекціонера на заздрісну знаменитість; модність та стильність мистецтва сьогодні, і суми, сплачені за нього, зростатимуть, як якудза» [26].

### **2.3. Аукціон як механізм формування художньої репутації та вартості**

Аукціон – це не лише форма продажу, але й своєрідний індикатор вартості твору мистецтва в режимі реального часу. Ціни на аукціонах формуються у відкритому змаганні між учасниками, що забезпечує прозорість попиту. Як зазначає аналітик Р. Вудхем, участь в аукціонах «дає людям більше впевненості, щоб витратити гроші» [59]. Таке публічне ціноутворення дозволяє уникнути суб'єктивізму приватного продажу через галереї, де ціна часто є результатом переговорів і взаємних очікувань. У 2023 році глобальний арт-ринок сягнув \$65 мільярдів, з понад 760 000 успішних ставок на аукціонах, що стало рекордом у цій сфері [60]. Особливо помітна участь нової генерації колекціонерів – близько третини покупців на аукціоні Phillips у 2023 році належали до поколінь Y і Z. Це свідчить про демократизацію ринку, коли молоді покупці обирають онлайн-аукціони як більш комфортний і прозорий канал придбання творів.

Однією з особливостей аукціонів є можливість виявити недооцінені твори, так звані «сплячі партії», які залишаються поза увагою основної маси учасників торгів, але мають велику потенційну вартість. Як підкреслює арт-дилер Дж. Крокетт: «Якщо вам вдасться виявити їх, коли це не вдалося нікому іншому, ви отримаєте вигідну угоду» [59].

Аукціонний механізм – це одночасно і двигун, і дзеркало спекулятивної динаміки в сучасному мистецтві. Як відзначає П. Свімберге, ринок переживає кризу перевиробництва: «Через 20 років 80 відсотків сучасного мистецтва стане непроданим?» – запитує він, цитуючи директора Art Basel М. Шпіглера [56]. Така критика викриває глибинну суперечність ринку: художня вартість часто підпорядковується очікуванням прибутку.

Цінність мистецтва часто починає формуватися не в майстерні художника, а в момент його продажу. Саме тоді «місце продажу, а не місце створення, стало пріоритетним у визначенні основного значення» [48]. Це

явище можна розглядати як своєрідну «алхімію» арт-ринку, де символічна вартість мистецького твору конвертується у грошовий еквівалент.

В умовах вторинного ринку, який і представлений, насамперед, аукціонними платформами, вартість мистецтва стає індикатором його ринкового визнання. Це особливо актуально для живих художників. Як вказує Н. Молої, аукціони можуть «визначати траєкторію кар'єри художників», формуючи наратив навколо їх творчості [44].

Продажі на аукціонах дозволяють до того ж маловідомим художникам отримати уявлення про попит на їхнє мистецтво та стратегічно планувати подальший розвиток. Проте існує небезпека, що «комерційний успіх» може переважити мистецьку якість, особливо в епоху, коли «ринок надає сенс мистецтву» [48].

Один із найсуттєвіших аспектів аукціону – публічність цін. Ціна, досягнута під час торгів, стає офіційним записом, який формує уявлення про ринкову цінність художника: «Ніхто не знає, за якими цінами працює торгівля між приватними особами. Але ціни аукціонного дому є загальнодоступними» [26]. Таким чином, аукціони є репрезентативним механізмом, який визначає «прайс-поінт» художника у глобальному ринку.

Процедура аукціону набуває перформативного виміру. Дж. Хілтон, аукціоністка Christie's, назвала процес торгів «неймовірною атмосферою», яку вона наповнює енергією – подібно до музичного виконання [21]. Такий опис перегукується з думкою А.-К. де Сен-Сіра, який порівнює аукціон із кураторською композицією: ритм, крещендо, декрещендо – все це формує драматургію продажу [23]. Таким чином, аукціон – це не лише фінансова подія, а форма живого мистецтва, що додає вартості як через емоцію моменту, так і через аудіовізуальне сприйняття.

Сучасний арт-ринок перебуває у постійній динаміці змін і переосмислення, зокрема щодо механізмів оцінки вартості мистецьких творів. Однією з ключових проблем залишається відсутність уніфікованих, науково

обґрунтованих методів визначення грошового еквівалента мистецтва, що спираються на об'єктивні економічні підходи. Як слушно зазначає Дж. Геппер, заступник редактора *Financial Times*, фінансова вартість твору мистецтва є настільки ж невловимою, як і посмішка Мони Лізи [5, 1702]. У цьому контексті важливо дослідити, яку роль відіграють аукціони – не лише як механізм продажу, але і як ключовий інструмент формування ринкової ціни та суспільного статусу мистецького твору.

## **Висновки до розділу 2.**

Становлення аукціону як арбітра мистецької вартості є результатом тривалого історичного процесу, що розпочався ще в античності й пройшов шлях від епізодичних торгів до складної інституційної форми, інтегрованої в глобальну економіку. Від найдавніших згадок про торгівлю витворами мистецтва у Стародавній Греції й Римі до формування сучасного арт-ринку, механізмів його регуляції та інфраструктури, можна простежити, як поступово ускладнювались функції посередників між митцем і споживачем. Першопочатково художні твори мали переважно замовницький характер і функціонували в межах персональних угод, однак у міру інституціоналізації художньої діяльності, зростання колекціонерської культури та комерціалізації мистецтва виникла потреба у формалізованих механізмах оцінювання вартості твору. Від епохи Ренесансу, коли художники почали конкурувати за увагу меценатів, до появи вторинного ринку, де твори мистецтва почали перепродаватися, простежується поступове відокремлення вартості твору від його утилітарної або культової функції й набуття нею ринкового характеру. У XVII–XVIII століттях, зокрема у Нідерландах і Великобританії, виникли перші інститути аукціонного продажу мистецтва в сучасному розумінні. Відомі дома, як *Sotheby's* і *Christie's*, не лише встановили стандарти прозорості та достовірності в торгівлі, а й стали платформами, де ринкова вартість твору почала формуватися через конкурентний механізм попиту. З розвитком

глобалізованої арт-економіки, аукціони почали виконувати не лише комерційні, а й експертні, аналітичні та символічні функції – вони не просто продавали мистецтво, а визначали, що вважатиметься цінним, і, відповідно, історично значущим. Перехід до цифрової епохи й поява онлайн-аукціонів ще більше зміцнили позиції аукціону як головного інструменту об'єктивізації мистецької вартості, інтегруючи механізми торгівлі у глобальні цифрові мережі та трансформуючи саму природу естетичного сприйняття в умовах доступу до ринку в реальному часі. У сучасній Європі арт-ринок функціонує як складна інституційна система, в якій переплітаються економічні, культурні, соціальні та символічні механізми. Центральну роль у цій системі відіграють аукціонні доми, що виконують не лише функцію посередників між творцями мистецтва та покупцями, а й виступають як ключові агенти конструювання вартості мистецьких об'єктів. Вони поєднують у собі функції оцінювання, маркетингу, формування репутації художників, прогнозування ринкової динаміки та аналітики, що робить їх не просто комерційними установами, а складними культурними інститутами. У контексті європейського ринку вони стали осередками, де не тільки відбувається купівля-продаж, а й формуються нові канони цінності мистецтва, зокрема через публічний характер торгів, драматургію подій та символічне навантаження процесу придбання. Окремим аспектом сучасного арт-ринку є зростаюча вага провенансу, який водночас виступає критерієм автентичності та елементом маркетингової стратегії. Проте зміна поколінь покупців спричиняє перегляд цього критерію: молоді колекціонери все частіше ігнорують традиційні маркери мистецької легітимності на користь новизни, актуальності та спекулятивного потенціалу. Така тенденція змінює структуру попиту на ринку, сприяючи популяризації сучасного мистецтва, де вартість об'єкта формується радше в межах інформаційного та символічного полів, а не крізь історико-естетичну оцінку. Крім того, функціонування арт-ринку нерозривно пов'язане з роллю колекціонерів, які є не просто споживачами, а активними агентами

культурного трансферу. Вони здійснюють вплив на візуальну культуру, публічно демонструючи зібрані твори, беручи участь у формуванні національних наративів та музеєфікації приватного. Їхні мотивації варіюються від естетичних і статусних до інвестиційних і патріотичних, що підкреслює багатовимірність ринку мистецтва як соціального явища.

У перспективі структура арт-ринку в Європі буде визначатися балансом між економічними інтересами та культурною відповідальністю. Його функції дедалі більше зміщуються в бік символічної інтерпретації мистецтва, а також інтеграції нових технологій, прозорості й інклюзивності. Основні виклики майбутнього пов'язані з потребою легітимізувати нові форми творчості, захистити інституційну автономію художньої критики від ринку та забезпечити підтримку для недостатньо представлених мистецьких голосів. У цьому контексті арт-ринок постає як динамічна структура, що формує нові ієрархії цінностей у культурному полі сучасної Європи.

## РОЗДІЛ 3

### РОЛЬ АУКЦІОННИХ ДОМІВ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ ОБРАЗОТВОРЧОЇ КУЛЬТУРИ

#### **3.1. Візуальна ієрархія та канонізація образу: роль аукціону у візуальній комунікації сучасності**

Сучасна візуальна культура – це не статичне явище, а гнучкий, багаторівневий і полісемантичний простір, що формується на перетині індивідуальної творчості, соціальних механізмів, ринкової логіки та інституціональної верифікації. Вона є результатом складної взаємодії між митцями, експертами, колекціонерами, арт-дилерами, аукціонними домами, мас-медіа, критиками, цифровими платформами та навіть законодавцями. У центрі цього процесу – не лише художній об'єкт, а ціла екосистема, яка визначає його цінність, статус та візуальну значущість у культурній пам'яті.

Ключовими фігурами формування візуальної культури залишаються художники – автори об'єктів, які потенційно можуть набути мистецької й ринкової цінності. Проте в умовах сьогодення художник не діє у вакуумі: він є частиною системи, де інші вищезазначені кола відіграють вирішальну роль у легітимації його творчості.

Як зазначають В. Індутний, Н. Мережко і К. Пірковіч, ключовими факторами, що забезпечують привабливість художнього твору для арт-ринку, є ім'я автора, його впізнаваність, участь у виставках, жанрова специфіка й критичне схвалення [8, 58]. Отже, твір не стає частиною візуальної культури сам по собі – він повинен пройти «сито» експертної оцінки, потрапити до професійних виставок, бути підтриманим галереєю або представлений через аукціонний дім. Тому аукціонні дома є однією з головних платформ, через які відбувається не лише економічна реалізація мистецтва, а й його естетична валідація для подальшого затвердження у арт-просторі. Як зазначає М.

Зінченко, аукціон – це не просто місце продажу, а складна система фільтрації культурних значень, яка впливає на інституціональну долю художника [7].

Аукціонний процес – це своєрідний ритуал: створення передпродажного каталогу, визначення естимейтів, організація попередніх переглядів, публічна подія, пост-аукціонна аналітика. Саме тут твори отримують нове символічне життя: через лоти, історії продажу та медіа-висвітлення формуються нові сенси та закріплюються культурні ієрархії, які впливають на формування всієї візуальної споживчої культури. Успішний продаж часто трансформує статус художника. Яскравим прикладом є стратегія створення «ефекту дефіциту» або інформаційного ажіотажу довкола окремого твору, що, за словами Дж. Морріса, дозволяє «індексувати» твір не лише як мистецтво, а як економічну подію з потужним медійним резонансом [45], а так як сучасна візуальна культура є продуктом зміщення фокусу – від текстуального до візуального, від індивідуального витвору до мережевої взаємодії, ідеї М. Маклюєна про те, що «медіа – це повідомлення» [41], особливо актуальні у випадку аукціонного дому: він перетворюється на посередника нових культурних смислів, моделюючи не лише ринок, а й способи бачення, інтерпретації та реакції. В епоху цифрових медіа та появи NFT аукціонів, художники масово переходять в онлайн-простір, що розширює аудиторію, змінює формат участі та переозначає саму концепцію унікальності створеного мистецького об'єкта.

Ще один з найбільш суттєвих чинників трансформації візуальної культури – це зсув у смакових орієнтаціях нового покоління колекціонерів. Як зазначає Дж. Морріс, покоління мілленіалів дедалі рідше орієнтується на канонічні мистецькі взірці, обираючи твори художників-«аутсайдерів», представників ЛГБТК+ спільноти або маргіналізованих етнічних груп [45]. Крім того, сучасний контекст характеризується зростаючим інтересом до екологічних питань у світі мистецтва [49]. Ця тенденція може знайти своє відображення і на аукціонах, впливаючи на цінність творів, пов'язаних з

екологічною тематикою або створених з використанням екологічно сталих матеріалів. Хоча прямий вплив цього тренду на «продажі з молотка» сучасних художників може бути не таким очевидним, загальна зміна цінностей та пріоритетів може опосередковано впливати на те, які види мистецтва та які художники отримують більшу підтримку та визнання.

Цей новий вектор формує не лише іншу естетику, а й іншу соціальну функцію мистецтва – як інструмента видимості, емансипації, критики ідентичностей. Естетичне вже не відокремлюється від політичного, а економічна цінність часто корелює із соціальною значущістю. Сучасні аукціонні дома перетворилися з пасивних торгових платформ на активних виробників культурної значущості. Як підкреслює Ш. Вестфал, ще у 1970-х роках твори сучасного мистецтва не потрапляли на торги, якщо вони були молодші за 10 років [51]. Лише останні два десятиліття змінили цю парадигму: сучасне мистецтво тепер є центральним елементом торгів, а отже – центральним у творенні візуальної культури. У цьому процесі важливою є і соціальна інфраструктура: як показують дослідження Д. Сільви у 2022 році, саме мережева позиція дилера або колекціонера в соціально-економічному просторі забезпечує успішність твору на вторинному ринку [53].

Сучасна візуальна культура – це також продукт регуляцій. Як показують нові правила ЄС щодо імпорту культурних об'єктів (введення в дію 28 червня 2025 року), інституціональна політика впливає на обіг мистецтва. Обов'язкова документація може ускладнити легітимізацію об'єктів з неєвропейських регіонів, що породжує ризики культурної ізоляції та деформації глобального мистецького поля [21]. У цьому багаторівневому середовищі кожен гравець має унікальний вплив: художники – як ініціатори образів; галереї та дилери – як фільтри входу на ринок; куратори – як інтерпретатори смислів; аукціонні дома – як регулятори легітимності; законодавці – як нормотворці рамок дозволеного.

Втім, не зважаючи на розгорнуту аналітику, вплив ролі аукціонних домів у формуванні сучасної образотворчої культури залишається малодослідженим і потребує подальшого теоретичного осмислення. У науковому дискурсі переважають прикладні або ринково-орієнтовані підходи, що фокусуються на динаміці цін, брендингу художників чи економіці арт-ринку, тоді як культурно-сміслова та ієрархічна функція аукціонів досі недостатньо вивчена у порівнянні з роллю музеїв або кураторських практик. Окремі аспекти цього впливу все ж були проаналізовані в роботах низки дослідників. Так, Г. Абінг порушує питання про символічну капіталізацію художнього твору через механізми обміну в рамках аукціонного продажу, що формує нову візуальну ієрархію поза межами академічного канону. У свою чергу, Дж. Томпсон вводить поняття «підприємницької легітимності», згідно з яким саме аукціонний дім, а не експертна спільнота, визначає межі культурної значущості. Дослідження І. Бланшар розглядає аукціон як простір ритуалізованого публічного визнання, де візуальна і канонічна значущість твору залежить не лише від мистецьких характеристик, а й від контексту подання, інформаційного супроводу та участі в «економіці уваги». Ці підходи свідчать про те, що аукціонний дім функціонує не тільки як фінансовий посередник, а й як інституція візуальної верифікації, що моделює колективне бачення цінного й значущого. В епоху глобалізованого арт-ринку та цифрової гібридизації це стає особливо актуальним, адже саме аукціонні стратегії дедалі частіше слугують джерелом формування новітніх ікон візуального досвіду.

Згідно з дослідженням А. Умарова (2023), саме через первинний ринок (як-от галереї) художник входить у систему, тоді як аукціонний дім уже фіксує його позицію в ієрархії, перетворюючи твір на інвестиційний актив [58].

Однак ця система не позбавлена критичних суперечностей. Дж. Адам у главі *Темна сторона буму* наголошує, що комерціалізація мистецтва нерідко призводить до втрати його автономії та підміни художньої якості ринковою

ефективністю [14]. Художники створюють твори «під попит», а не на основі внутрішньої потреби, що ставить під сумнів автентичність творчості. Наприклад, як пише авторка статей про нетривіальні бізнес та арт-історії А. Шкальова у дописі «Барахолка з амбіціями галереї. Чому вам не варто купувати NFT» (2022): «Навіть авторитетні світові галереї та музейні інституції виявляють інтерес до NFT. Зокрема, на початку 2022 року чотири італійські музеї (Галерея Уффіці, Пінакотека Брера, Амброзіанська бібліотека та Палаццо делла Пілотта) запровадили продаж своїх мистецьких об'єктів у форматі NFT. Ціни на їхні токени варіювалися від 100 до 250 000 євро. Національний художній музей України також ініціював створення ліцензованих NFT-токенів, заснованих на відомих полотнах зі свого зібрання» [13]. «Однак, – продовжує арт-журналістка, – нерідко творці NFT ігнорують питання авторського права та без будь-якого дозволу генерують цифрові копії всесвітньо відомих мистецьких творів. Або свідомо імітують вже популярні NFT-проекти [13]. Попри відсутність судових переслідувань за подібні дії, володіння дорогою цифровою фальшивкою навряд чи є бажаним надбанням та доречним новим напрямком у розвитку арт-ринку та становленні візуальної культури публіки.

І все ж, візуальна культура не зводиться до вартості в доларах. Вона продовжує бути простором комунікації, критики, ідентифікації, навіть утопії. Як зазначає Р. Таллей (2023), мистецтво здатне об'єднувати спільноти, формувати соціальний капітал і ставати агентом змін [57].

### **3.2. Нові формати аукціонного мистецтва: постекранна культура, NFT, метавсесвітні артефакти**

За останні 10 років образотворче мистецтво зазнало не просто трансформації – воно увійшло в нову епоху, в якій вся візуальна культура переосмислюється через призму глобального арт-ринку, цифрових медіа та

фінансової спекуляції. У цьому новому ландшафті центральною ареною стають аукціонні доми, які перетворюються на культурно-фінансові бренди, що формують смаки, ринки та художні практики. Як стверджує соціолог О. Велтуїс, сучасний арт-ринок «виграє від нерівномірного розподілу багатства, оскільки новоспечені мільярдери звертаються до купівель мистецтва-блокбастера як засобу оголошення свого прибутку» [61].

Однак у ХХІ столітті екран став не тільки носієм зображення, а й новим способом взаємодії з мистецтвом. Якщо раніше твір існував у фізичному просторі, глядач мав можливість оцінити його безпосередньо, то нині образи стають доступними в будь-який час і з будь-якої точки світу, через екрани різних пристроїв. Це означає, що мистецтво, представлене через цифрові формати, перестає бути «статичним», а набуває властивостей динамічної репрезентації. Нові цифрові формати, зокрема відеоарт, NFT (невзаємозамінні токени), криптомистецтво, метавсесвітні артефакти, інтерактивні інсталяції, фракціоноване володіння фізичними та цифровими творами забезпечують митцям можливість створювати нові форми взаємодії з публікою, що неможливо досягти через традиційні форми мистецтва. Аукціонні доми, такі як Sotheby's, Christie's та Phillips, стали важливими інституціями в контексті цього нового ландшафту візуальної культури. Вони не лише продають мистецтво, але й виконують роль медіаторів і кураторів, визначаючи тренди, формуючи ринок і зумовлюючи естетичні переваги. З переходом до цифрових технологій аукціони стали доступними не лише через фізичні лоти, але й через цифрові платформи, такі як OpenSea, SuperRare, або Christie's Digital, де мистецькі твори продаються у форматі NFT.

Як наголошує І. Савченко у статті «ТОП популярних NFT-колекцій, їхня вартість на піку і сьогодні» (2024): «Зростання продажів NFT було експансивним – 2020 року ринок NFT оцінювали у \$232 млн, 2021-го – уже \$22 мільярди. Щодня найбільші світові видання поширювали новини про нові

покупки за астрономічні суми. Рекорди постійно оновлювалися. На цій хвилі свої NFT створювали всі: «батько» інтернету Тім Бернерс-Лі продав «Вихідний код всесвітньої павутини» за \$5,5 млн, творець Twitter виставив на торги перший у світі опублікований твіт (\$3 млн), автор «Рік і Морті» продав карикатуру «Сімпсонів» за \$2,3 млн» [12]. Один з прикладів успішного продажу цифрового мистецтва на таких платформах – це рекордний продаж картини цифрового художника Beeple (Mike Winkelmann), яка була продана на аукціоні Christie's за \$69,3 мільйона у 2021 році. Цей продаж продемонстрував, що цифрові твори мистецтва можуть досягати не меншої, а інколи навіть більшої фінансової вартості порівняно з традиційними [27]. Окрім того, NFT-арт не лише демонструє можливість нових форм творчості, а й виступає як інвестиційний інструмент, у якому важливим є не матеріальна складова, а унікальність цифрових активів.

Згадаємо про важливих героїв формування трендів та впливу на культуру – інфлюенсерів. Згідно з даними А. Шкальової: «до закритого клубу власників NFT ще у 2022 приєдналися колишній баскетболіст Ш. О'Ніл, Дж. Бібер, Б. Спірс, П. Хілтон, М. Шинода з Linkin Park, ведучий Дж. Феллон, Snoor Dogg, Eminem тощо». Найбільше зацікавила зірок колекція «Знуджених мавп». Це як закритий яхт-клуб. До нього потрапляють тільки обрані – фактично люди з великими статками, які не знають, куди їх витратити. Окрім NFT-мавпи покупці отримують доступ до закритої платформи, де можуть спілкуватися з іншими власниками токенів із колекції» [13].

Зазначений тренд зміщує акценти на критерії оцінки вартості мистецьких творів, де головним стає не техніка або матеріал, а їх історія, масштаб охоплення аудиторії, соціальні взаємодії. Як зазначає Д. Агуеро, критерії вартості у цифровому мистецтві змінюються, в центрі уваги опиняється здатність твори до залучення аудиторії віртуального середовища [16].

Цифрові платформи, як AucArt або Artsy, перетворилися на нові центри арт-ринку, де перегляд та придбання творів є частиною нової комунікаційної системи. У свою чергу, аукціони на таких платформах забезпечують митцям не тільки можливість продати свої роботи, а й впливають на формування культурного канону, встановлюючи нові критерії художньої цінності, що не завжди співвідносяться з класичними уявленнями про мистецтво. Цей процес тісно пов'язаний із новими авторськими практиками, де митці змушені активно використовувати соціальні мережі та нові платформи для трансляції своїх робіт, сам процес творчості також зазнає змін. У численних дослідженнях [7, 194] наголошується, що мистецька практика сучасних авторів вже не може бути обмежена лише фізичним простором виставок чи галерей [8, 66]. Митці стали креаторами соціальних медіа-платформ, що дозволяє їм безпосередньо впливати на ринок та канонізацію своїх робіт.

Зокрема, сучасні стріт-арт-художниці-сестри М. і Н. Фельдман створили однойменний проект «Sestry Feldman: українські таро» (2022), у якому кожний із 78 токенів – карта колоди, що вміщає зображення української національної символіки, історичних постатей, культурних діячів та відомих сучасників, з метою зібрати кошти для армії, підняти обізнаність про українську культуру та історію, загалом проаналізувати Україну як явище [12]. Завдяки новим технологічним можливостям, цей проект швидко здобув популярність не тільки в Україні, але й на міжнародних платформах. До того ж, у 2022 році Харківський художній музей створив свою колекцію під назвою «Мистецтво без кордонів» та почав аукціонний продаж на маркетплейсі Binance. Так на аукціоні було представлено 15 творів з колекції музею, зокрема твори й А. Дюрера, І. Айвазовського, С. де Влігера тощо, а естимейт таких робіт починався від 500\$ до 1000\$ [10].

Найуспішнішим кейсом залишається проект Ukraine DAO від спільноти Web3 за ініціативи активістки А. Шевченко у співпраці з PleasrDAO та Pussy

Riot [46]. У лютому-березні 2022 року вона випустила єдиний екземпляр NFT у вигляді зображення українського прапора і провела аукціон, який призвів до збору \$6,75 мільйонів на момент завершення аукціону. Цей продаж увійшов до десятки найдорожчих NFT-акцій у світі [52]. Ці окремі митці та цілі інституції тепер мають можливість швидко відгукуватися на зміну попиту і адаптувати свої роботи до нових цифрових форм, що дає їм додаткову перевагу на арт-ринку.

Аукціонні дома, як важливі медіатори цього процесу, активно переорієнтовуються на нові формати мистецтва, впливаючи на економіку арт-простору, культурні стратегії та авторські практики. Але зростання впливу аукціонів породило дискусії щодо етичних аспектів ринку мистецтва, зокрема щодо потенційного маніпулювання цінами, недостатньої прозорості походження творів та впливу фінансових інтересів на художню цінність. Незважаючи на ці питання, аукціони залишаються важливим інститутом у світі мистецтва, який продовжує еволюціонувати та формувати сучасну образотворчу культуру. Їхня роль полягає не лише у сприянні купівлі-продажу, але й у створенні публічного дискурсу про цінність, значення та майбутнє мистецтва.

### **Висновки до розділу 3.**

Сучасна образотворча культура – це складний, багатовекторний процес, що формується на перетині художньої інтенції, інституціонального авторитету, ринкової логіки та медіа-комунікації. Вона вже не є лише результатом творчого акту, а радше – продуктом взаємодії різноманітних акторів: художників, критиків, галерей, цифрових платформ, законодавчих структур та, особливо, аукціонних домів. Ці останні перестають бути виключно майданчиком купівлі-продажу – вони перетворюються на активних культурних гравців, що впливають на легітимацію мистецтва, формування естетичних ієрархій та визначення «видимого» в просторі культури.

У цьому контексті аукціонні дома виступають своєрідними *редакторами* візуальної культури. Через механізми експертної оцінки, створення лотів, публічні торги, аналітичне супроводження та медіависвітлення, вони не просто фіксують комерційну вартість творів, а конструюють їхній символічний капітал. Аукціон – це і сцена, і фільтр, і інституціональна рамка, де твір мистецтва отримує нову інтерпретацію, а іноді – і нову ідентичність. Успішність художника на аукціоні є не лише показником вартості, а підтвердженням його культурного статусу, що зумовлює подальше визнання в академічному, музейному або публічному полі.

У світлі цифровізації та глобалізації, аукціонні дома також адаптують свою функцію до викликів нового часу. Вони інтегруються у сферу NFT, метавсесвітів, цифрових аукціонів і соціальних платформ, тим самим розширюючи ареал дії візуальної культури – від фізичних об'єктів до віртуальних активів. Така трансформація сприяє появі нових форм споживання, ідентифікації та участі в культурному процесі, виводячи мистецтво за межі традиційних інституцій і роблячи його частиною ширшої комунікаційної екосистеми.

Водночас не варто ідеалізувати роль аукціонних домів – їхня комерціалізована природа може спричиняти девальвацію художньої автономії, де ринкова привабливість починає домінувати над естетичними або концептуальними цінностями. Проте саме в цій амбівалентності – між ринком і мистецтвом, між смислами і вартістю – і народжується сучасна образотворча культура. Вона є простором не лише для естетичних практик, а й для політичних, соціальних, ідентифікаційних стратегій.

Отже, аукціонні дома є не периферійними, а ключовими ланками у формотворчому ланцюгу сучасної візуальної культури. Вони впливають не лише на те, що ми бачимо як «мистецтво», а й на те, як ми це бачимо, інтерпретуємо, цінуємо і пам'ятаємо. У 2025 році саме через такі інституції як аукціон, візуальна культура отримує нові механізми функціонування,

включаючи транснаціональність, цифрову репрезентацію, мережеву участь і фінансову символічність.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження було встановлено, що аукціонні дома є не лише ключовими акторами у функціонуванні сучасного арт-ринку, а й потужними інституціями культурного впливу, які формують художні канони, ринкові тренди та моделі візуального сприйняття мистецтва. Їхня діяльність охоплює не лише економічний, а й соціокультурний вимір, що засвідчує багатофункціональність і складну інституційну природу аукціонного простору у глобалізованому мистецькому світі.

1. Проведене опрацювання джерельної бази продемонструвало високий рівень зацікавленості дослідників феноменом аукціонної діяльності в контексті глобального культурного процесу, але водночас виявило фрагментарність опрацювання її впливу на формування художніх канонів, символічних і комерційних цінностей. Сучасна академічна думка щодо аукціонного ринку тяжіє до міждисциплінарного прочитання його як гібридної системи, де перетинаються інституційні, соціокультурні, економічні та медійні вектори. Встановлено, що провідні дослідницькі моделі, актуалізовані в межах міжнародної арт-аналітики (Дж. Сталлабрас, А. Фрейзер, П. Бурдє, Ф. Хук, М. Шпінглер, А.-М. Брешіані, Т. Хансен), надають особливого значення документальному супроводу мистецького об'єкта, інституційним механізмам легітимації, а також трансформації ролі митця в умовах нових економік вражень і капіталів. Ці моделі не лише сприяють глибшому розумінню еволюції аукціонних практик, а й дозволяють розглядати твори мистецтва як комплексні комунікативні та соціальні артефакти, що формують, структурують і відображають нові культурні парадигми. Аналіз аукціонної документації, проведений у розвідці, відкриває доступ до унікального джерельного корпусу, де простежуються не лише економічні тренди, а й зміни в естетичних смаках, соціальних і культурних орієнтирах. Такі елементи, як аналітика аукціонних каталогів, цифрові сліди мистецьких транзакцій (у тому числі NFT), фіксують

моменти переходу об'єкта з одного символічного поля в інше – від авторського висловлювання до статусу товару, від естетичної репрезентації до інвестиційного активу. Саме ці документи набули статусу повноцінних історичних джерел нової генерації, що дозволяють досліджувати не лише ринкову логіку, а й механізми формування культурної влади. Особливу увагу приділено джерелам англomовної та української академічної традиції, що дозволило забезпечити порівняльний кут зору та врахувати локальні контексти в загальноєвропейському дискурсі. Вивчення праць українських науковців (зокрема І. Гавришкевич, Н. Мережко, М. Зінченко, В. Індутного) дало змогу простежити, як елементи глобального арт-ринку проникають у локальні мистецькі екосистеми, формуючи нові стратегії видимості, репрезентації та інституціоналізації вітчизняних художників.

2. На рівні методології робота інтегрує культурологічний, соціологічний, економічний та мистецтвознавчий аналізи, спираючись на концепти «поля культурного виробництва» та «символічного капіталу» (П. Бурдьє), «інституціональної критики» (А. Фрейзер), ринкової театралізації вартості (Дж. Аллен, Л. Гудбоді), цифрової прозорості та автоматизованих форм оцінки (К. Піркович, Л. Джаннотті). Завдяки цьому вдалося не лише окреслити функціональні межі діяльності аукціонних структур, а й дослідити їх як активних агентів трансформації культурної спадщини в актуальних умовах.

3. Аукціони виявилися не просто формою торгівлі мистецтвом, а фундаментальним інституційним механізмом, який визначає архітектуру арт-ринку. Їх еволюція – від стихійних публічних продажів у Стародавньому Римі до високотехнологічних онлайн-платформ XXI століття – демонструє гнучкість і здатність адаптуватися до змін соціально-економічних та культурних парадигм. Через призму аукціонної практики простежується і зміна статусу мистецтва – від сакрального дару до комерційного активу, від унікального прояву творчості до маркера інвестиційної доцільності. Європейські аукціонні дома – такі як Christie's, Sotheby's, Dorotheum, Drouot –

стали не лише архітекторами економічної вартості творів, але й кураторами художнього канону. Вони значною мірою формують уявлення про те, які імена, стилі й періоди заслуговують на увагу, фінансову підтримку й історичне визнання. Це обумовлює особливу культурну відповідальність аукціонних інституцій, що, виступаючи у ролі арбітрів художнього ринку, водночас впливають на вектори образотворчої культури. З історичної точки зору, саме в Європі було закладено основи вторинного мистецького ринку, де твір стає об'єктом повторного обігу. Таке зміщення від первинного до вторинного ринку знаменувало не лише зростання професійної інфраструктури (арт-дилери, експерти, оцінювачі), а й розширення кола споживачів – від меценатів і монархів до приватних колекціонерів і інституцій. Аукціонні дома, зокрема у Лондоні, Парижі, Відні чи Стокгольмі, почали виконувати роль посередників не лише у фінансовому сенсі, а й у смисловому – реконструюючи художню цінність, ідентифікуючи автентичність, фіксуючи мистецькі прецеденти.

4. У сучасному контексті, коли мистецтво дедалі глибше занурюється в глобальні ринкові механізми, роль аукціонів виходить за межі торгівлі: вони перетворюються на динамічні центри культурного капіталу, генератори символічної влади й рушії візуальних трансформацій. Особливо показовою є здатність аукціонних домів адаптуватися до диджиталізації – інтеграція онлайн-форматів розширила географію участі в торгах і відкрила нові горизонти доступу до мистецтва для ширших верств аудиторії. Водночас у 2025 році спостерігається зростання значущості неєвропейських гравців та децентралізація арт-ринку. Розширення географії покупців, інституційна активність Азії та Близького Сходу, а також зміна соціального профілю колекціонера – усе це сприяє трансформації усталених ієрархій. На цьому тлі зростає й важливість національних аукціонних структур, зокрема українських, які починають виступати не лише як ринкові гравці, а як носії культурного опору, збереження ідентичності та архітектори нового мистецького наративу. Українські аукціонні дома, такі як «Goldens», «Дукат», «Меркурій» і «ArtNas»,

поступово інтегруються у глобальні тренди, водночас зберігаючи специфіку локального бачення мистецтва. Їх діяльність не тільки відкриває нові імена, а й ставить питання про межі між ринковою успішністю та естетичною цінністю, про вплив ідеології на комерційні рішення, про стратегії виживання в умовах політичної та економічної нестабільності.

5. У контексті аналізу **ролі аукціонів у структурі європейського арт-ринку**, стає очевидним, що ці інституції відіграють функцію не лише комерційного, а й ціннісного навігатора у світі сучасного мистецтва. Механізм відкритого торгу формує своєрідну публічну **матрицю вартості**, де взаємодія попиту, соціального капіталу й естетичного тренду виводить мистецький об'єкт у простір символічного визнання. Аукціон стає ареною, де відбувається ринкове кристалізування художньої репутації – шляхом конкуренції, експертного супроводу, а також завдяки драматургії події, що трансформує процес купівлі у культурний ритуал. Цей феномен дозволяє глибше зрозуміти, як саме формуються **ціни на мистецтво** в умовах вторинного ринку: не через об'єктивні, фіксовані критерії, а завдяки складній грі очікувань, репутаційного тиску та колекціонерських стратегій. Аукціонна сцена виявляє не лише товарний статус мистецтва, а й його участь у ширших економіко-культурних процесах – від демократизації доступу до творів через онлайн-інструменти до маніпуляцій ринком заради капіталізації певних художніх імен. Особливо важливо наголосити, що аукціон – це тестовий майданчик для мистецької вартості в реальному часі, де визначаються межі її визнання або забуття. Цей механізм виступає своєрідним фільтром, що не лише виявляє глибоко недооцінені твори, а й формує нові репутаційні ієрархії. Усе це набуває особливої ваги в умовах надвиробництва, коли критерії художньої якості частково відтісняються ринковими очікуваннями. Таким чином, вивчення аукціонів як феномена дозволяє відстежити ті глибинні зрушення, які впливають на перетворення естетичного в економічне, а інтуїтивно цінного – у фінансово підтверджене.

6. Ключовою особливістю аукціонних домів є їхня здатність акумулювати та транслювати авторитет. Через вибір лотів, формування каталогів, визначення естимейтів і залучення до торгів впливових колекціонерів, кураторів і критиків, вони фактично **конструюють культурний капітал мистецького об'єкта**. Водночас, ця діяльність не є нейтральною: вона активно моделює **структуру попиту**, спонукаючи ринок слідувати за створеними аукціоном трендами. Таким чином, аукціон виступає не дзеркалом, а **генератором смакових систем**, де економічна вартість тісно переплетена з естетичною репутацією. Сучасний ринок все активніше відображає зрушення у соціальній ідентичності споживача мистецтва. Молоді колекціонери переорієнтовуються на твори, що втілюють ідеї маргіналізованих груп, соціальної критики чи екологічної етики. Ці смаки, у свою чергу, оприявнюються в політиці лотів аукціонів: нові художні імена, інклюзивні наративи й нестандартні техніки поступово витісняють канонічні уявлення про «високе» мистецтво. Аукціонні дома, реагуючи на ці зміни, не лише фіксують нові смаки, а й конструюють їхню видимість, надаючи обраним творам **публічну платформу**, символічну вагу й ринкову перспективу.

7. Крім того, технологічна революція розширила межі функціонування аукціону. Цифрові платформи й NFT-маркетплейси зруйнували фізичні обмеження виставкових просторів, запропонували нові моделі власності, презентації та інтерпретації мистецьких об'єктів. Тепер твір може існувати поза матеріальним носієм, а його цінність зумовлюється не традиційними характеристиками, як техніка чи розмір, а віртуальною унікальністю, історією походження, кількістю репостів та залученням у цифрову спільноту. У цьому середовищі аукціон виступає як **новий тип медіа** – комунікаційний канал між творцем і глобальним споживачем.

8. У ході дослідження було встановлено, що аукціонні дома є не лише ключовими акторами у функціонуванні сучасного арт-ринку, а й потужними

інституціями культурного впливу, які формують художні канони, ринкові тренди та моделі візуального сприйняття мистецтва. Їхня діяльність охоплює не лише економічний, а й соціокультурний вимір, що засвідчує багатофункціональність і складну інституційну природу аукціонного простору у глобалізованому мистецькому світі. Новизна дослідження полягає у виявленні механізмів впливу аукціонних домів на формування естетичних і ціннісних орієнтирів у сучасному мистецтві, а також у спробі комплексного аналізу взаємодії художнього, економічного та соціального капіталів у межах глобалізованого арт-поля. Результати дослідження можуть бути корисними для подальших наукових розвідок у сфері арт-менеджменту, арт-консалтингу, дослідженні економіки мистецтва та культурної спадщини, музейної справи та критичних студій сучасного мистецтва.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімов Д. І. Арт-ринки та арт-продукти у структурі маркетингу мистецтва. *Вісник Національної Академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 3. С. 70–76.
2. Акімов Д. І. Колекціонери як споживачі творів образотворчого мистецтва на арт-ринку та їхні мотивації. *Вісник Національної Академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 4. С. 81–85.
3. Акімов Д. І. Маркетингова експертиза художніх творів як складова їх оцінки та посування на арт-ринку. *Вісник Національної Академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 2. С. 87–93.
4. Безугла Р. Бренд митця та арт-ринок: сучасна система цінностей у мистецтві. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2021. № 17. С. 49–53.
5. Гавришкевич І. Мистецький твір як вимір грошового еквівалента. *Народознавчі зошити*. 2019. № 6. С. 1701–1707. URL: <https://nz.lviv.ua/archiv/2019-6/35.pdf> (дата звернення: 03.01.2023).
6. Децик О. На благодійному аукціоні для ЗСУ картину Примаченко продали за рекордні пів мільйона доларів США, 2022. URL: [https://lb.ua/society/2022/05/05/515857\\_blagodiynomu\\_auktsioni\\_zsu.html](https://lb.ua/society/2022/05/05/515857_blagodiynomu_auktsioni_zsu.html) (дата звернення: 03.10.2024)
7. Зінченко М. Аукціон як культурно-економічний феномен сучасного мистецького процесу. *Вісник Національної Академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. С. 191–196.
8. Індутний В., Мережко Н., Пірковіч К. Цінові тренди творів живопису в 2021-2022 рр.. *Товари і ринки*. 2023. № 2. С. 56–68.
9. Карманська Ю. Символ воїнів. Художник Анатолій Криволап подарував Києву ікону Архистратига Михаїла. Він оцінює її у близько \$100 000, 2023. URL: <https://forbes.ua/news/simvol-voiniv-khudozhnik-anatoliy->

[krivolap-podaruvav-kievu-ikonu-arkhistratiga-mikhaila-vin-otsinyue-ii-u-blizko-100-000-09112023-17169](#) (дата звернення: 03.10.2024)

10. Котубей-Геруцька О. Харківський художній музей запустив NFT-колекцію, 2022. URL: [https://suspilne.media/culture/294818-harkivskij-hudoznij-muzej-zapustiv-nft-kolekciu/](#) (дата звернення: 03.10.2024)

11. Ляшенко Н. Оціночна вартість творів образотворчого мистецтва сучасних митців як основа визначення вартості проєктів придбання об'єктів колекціонування. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/otsinochna-vartist-tvoriv-obrazotvorchogo-mistetstva-suchasnih-mittsiv-yak-osnova-viznachennya-vartosti-proektiv-pridbannya-ob-ektiv](#) (дата звернення: 03.10.2024)

12. Савченко І. ТОП популярних NFT-колекцій, їхня вартість на піку і сьогодні, 2024. URL: [https://mnbc.info/ua/top-populjarnyh-nft-kolektsij-jihnja-vartist-na-piku-i-sogodni/](#) (дата звернення: 03.10.2024)

13. Шкальова А. Барахолка з амбіціями галереї. Чому вам не варто купувати NFT, 2022. URL: [https://vctr.media/ua/chomu-ne-varto-kupuvati-nft-149301/](#) (дата звернення: 03.10.2024)

14. Adam G. Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the Twenty-First Century, Farnham : Lund Humphries, 2014. 208 p.

15. Adeleke K. Top Art Auction Houses: A Comprehensive Look at Titans of the Art World, 2024. URL: [https://artcentron.com/2024/02/09/art-world-top-art-auction-houses/](#) (дата звернення: 03.09.2024)

16. Aguero D. What Gives an Artwork Its Value?, 2024. URL: [https://americascollection.com/art-collecting-and-investment/what-gives-an-artwork-its-value/](#) (дата звернення: 05.09.2024)

17. Allen J. History and Contemporary Art, 2022. URL: [https://www.historyworkshop.org.uk/visual-culture/history-and-contemporary-art/](#) (дата звернення: 03.10.2024)

18. Andrews J., O'Sullivan S. Visual Cultures as Objects and Affects, 2013. URL: <https://www.sternberg-press.com/product/visual-cultures-as-objects-and-affects/> (дата звернення: 25.09.2024)
19. Argun E.-A. A Concise History of the Art Market, 2023. URL: <https://www.myartbroker.com/investing/articles/concise-history-of-the-art-market> (дата звернення: 03.09.2024)
20. Argun E.-A. The Power of Art Flexing, 2024. URL: <https://www.myartbroker.com/collecting/articles/the-power-of-art-flexing> (дата звернення: 03.09.2024)
21. Babbs V. With a Great Gavel Comes Great Responsibility: Your Go-To List of Record-Breaking Auctioneers, 2024. URL: <https://news.artnet.com/market/record-breaking-auctioneers-2402844> (дата звернення: 05.10.2024)
22. Barker E., Edwards S., Woods K. Art and visual culture: Medieval to modern, 2020. URL: <https://www.open.edu/openlearn/history-the-arts/art-and-visual-culture-medieval-modern/content-section-2.2.1/?printable=1> (дата звернення: 11.09.2024)
23. Bauwens M. Sur quels critères est estimée la valeur d'une œuvre d'art?, 2023. URL: <https://www.beauxarts.com/grand-format/sur-quels-criteres-est-estimee-la-valeur-dune-oeuvre-dart/> (дата звернення: 17.09.2024)
24. Bordieu P. Outline of a Sociological Theory of Art Perception. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. 1984. Part III, Ch. 8. P. 1-27.
25. Bresciani A.-M., Hansen T. Looters, Smugglers, and Collectors: Provenance Research and the Market. Koln : Verlag der Buchhandlung Walther Konig, 2015. 284 p.
26. Cappellazzo A., Crow T., De Salvo D., Graw I., Griffin T., Joannou D., Meyer J., Pincus-Witten R., Weiwei A. Art and its markets: a roundtable discussion, 2008. URL: <https://www.artforum.com/features/ai-weiwei-amy-cappellazzo->

[thomas-crow-donna-de-salvo-isabelle-graw-dakis-joannou-and-robert-pincus-witten-moderated-by-james-meyer-and-tim-griffin-187851/](#) (дата звернення: 21.10.2024)

27. Carrington S. Auction Watch: Phillips Editions Sale Highlights Strong Demand For Affordable Artworks, 2025. URL: <https://www.myartbroker.com/auction/articles/auction-watch-phillips-editions-sale-highlights-demand-for-affordable-artworks> (дата звернення: 03.09.2024)

28. Chappet M.-C. The ultimate guide to collecting and investing in art, 2022. URL: <https://www.harpersbazaar.com/uk/culture/bazaar-art/a39705514/collecting-investing-art-nft-guide/> (дата звернення: 03.09.2024)

29. Delagrang J. Explained: What is the Art World? A Complete Overview of the Different Actors & Entities, 2023. URL: <https://www.contemporaryartissue.com/explained-what-is-the-art-world/> (дата звернення: 11.09.2024)

30. Dozier A. How Auctions Identify the Next Big Artists and Trends, 2022. URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-auctions-identify-big-artists-trends> (дата звернення: 19.09.2024)

31. Fraser A. The Field of Contemporary Art: A Diagram, 2024. URL: <https://www.e-flux.com/notes/634540/the-field-of-contemporary-art-a-diagram> (дата звернення: 11.09.2024)

32. Giannotti L. How big is the art market?, 2024. URL: <https://spearswms.com/luxury/art-culture/how-big-is-the-art-market/> (дата звернення: 17.09.2024)

33. Girshovich A. 5 Decades, 5 Major Moments in Art Market History, 2019. URL: <https://www.sothebysinstitute.com/news-and-events/news/5-major-moments-art-market-history> (дата звернення: 19.09.2024)

34. Goodbody L. A History of Christie's Auction House, 2025. URL: <https://www.myartbroker.com/auction/articles/history-of-christies-auction-house> (дата звернення: 19.09.2024)

35. Haslam D., Verlaine J. Double Perspective: The Art Market - Between the Sociology of Art and Cultural History, 2018. URL: <https://journals.openedition.org/bssg/292> (дата звернення: 03.09.2024)
36. Hook F. Rogues' Gallery. A history of Art and its Dealers. London : PROFILE BOOKS LTD, 2017. 328 p.
37. Kazakina K. Art Market Reset: Riding the Waves of Change, 2024. URL: <https://news.artnet.com/market/art-market-reset-riding-the-waves-of-change-2533656> (дата звернення: 03.09.2024)
38. Kshlerin M. The Influence of Cultural Diversity in Contemporary Art, 2023. URL: [https://medium.com/@MKshlerin\\_art/the-influence-of-cultural-diversity-in-contemporary-art-8c9e7cb78191](https://medium.com/@MKshlerin_art/the-influence-of-cultural-diversity-in-contemporary-art-8c9e7cb78191) (дата звернення: 11.09.2024)
39. Li Y., Renneboog L., Xiaoyin Ma M. Pricing art and the art of pricing: On returns and risk in art auction markets, 2021. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/eufm.12348> (дата звернення: 10.10.2024)
40. Mainka-Pawłowska A. The Brief History of the Art Market: From Patrons to Online Sales, 2020. URL: <https://contemporarylynx.co.uk/the-brief-history-of-the-art-market-from-patrons-to-online-sales> (дата звернення: 30.09.2024)
41. McIntosh M. Looking at the History of Modern Visual Culture, 2020. URL: <https://brewminate.com/looking-at-the-history-of-modern-visual-culture/> (дата звернення: 03.09.2024)
42. McKnight-Abrams A.-R. An Art Market of Interesting Times: Who Is Funding Contemporary Art Today and Why Does it Matter?, 2019. URL: <https://www.harpersbazaararabia.com/culture/art/art-news/a-review-of-the-current-art-market> (дата звернення: 03.09.2024)
43. Meader L. The Art Historian in the Auction House, 2023. URL: <https://news.colby.edu/story/the-art-historian-in-the-auction-house/> (дата звернення: 08.10.2024)

44. Moloi N. The Auction Market: Where Culture and Commerce Converge, 2024. URL: <https://editorial.latitudes.online/blog/posts/the-auction-market-where-culture-and-commerce-converge/> (дата звернення: 22.10.2024)
45. Morris J. What's in store for the art market in 2024?, 2024. URL: <https://www.apollo-magazine.com/art-market-predictions-2024/> (дата звернення: 11.09.2024)
46. Nelson J. Ukraine DAO's Flag NFT Sells for \$6.75 Million, 2022. URL: <https://decrypt.co/94353/ukraine-daos-flag-nft-sells-for-6-75-million> (дата звернення: 11.09.2024)
47. Ng B. Auction Houses and Galleries Are Working Together—Here's Why, 2022. URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-auction-houses-galleries-working> (дата звернення: 07.10.2024)
48. Panero J. The art market explained, 2009. URL: <https://newcriterion.com/article/the-art-market-explained/> (дата звернення: 03.09.2024)
49. Reese B. 2024 Global Art Market Outlook: Looking Beyond 2023 Challenges to What's Next?, 2024. URL: <https://arttactic.com/editorial/2024-global-art-market-outlook/> (дата звернення: 03.09.2024)
50. Reyburn S. Is art once again becoming a lifestyle choice rather than an asset?, 2023. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2023/04/13/is-art-once-again-becoming-a-lifestyle-choice-rather-than-an-asset> (дата звернення: 03.10.2024)
51. Schneider T. Goodbye Art World, Hello Art Industry: How the Art Market Has Transformed—Radically—Over the Past 30 Years, 2019. URL: <https://news.artnet.com/market/how-the-art-world-became-the-art-industry-1710228> (дата звернення: 22.10.2024)
52. Shaw A. NFT of the Ukrainian flag – launched by Pussy Riot member to raise funds for war-torn country – sells for \$6.75m, 2022. URL:

<https://www.theartnewspaper.com/2022/03/02/ukraine-dao-nft-of-the-ukrainian-flag-sells-for-dollar65m> (дата звернення: 22.10.2024)

53. Silva D., Gertsberg M., Kosmopoulou G., Pownall R. Evolution of a dealer trading network and its effects on art auction prices, 2022. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0014292122000319> (дата звернення: 22.10.2024)

54. Stallabrass J. Contemporary art is popular – but it’s still about money and power, 2022. URL: [https://www.opendemocracy.net/en/stallabrass-contemporary-art-market-audience/?fbclid=IwAR37kI8BO07CEsNtpOf0kxtrNTuzBexE\\_PmLo3BV6Sq7kQ80LRJI7nESt6E](https://www.opendemocracy.net/en/stallabrass-contemporary-art-market-audience/?fbclid=IwAR37kI8BO07CEsNtpOf0kxtrNTuzBexE_PmLo3BV6Sq7kQ80LRJI7nESt6E) (дата звернення: 27.09.2024)

55. Stanley M. State of the Art Market: Understanding Regional Differences in the Globalized Art Market, 2024. URL: <https://news.artnet.com/market/state-of-the-art-market-understanding-regional-differences-in-the-globalized-art-market-2444281> (дата звернення: 03.09.2024)

56. Swimberghe P. Is 80 procent van de hedendaagse kunst over 20 jaar onverkoopbaar?, 2021. URL: <https://www.knack.be/nieuws/is-80-procent-van-de-hedendaagse-kunst-over-20-jaar-onverkoopbaar/> (дата звернення: 11.09.2024)

57. Talley R. The Power of Art: Does Art Really Change the World We Live In?, 2023. URL: <https://artbusinessnews.com/2023/02/the-power-of-art-does-art-really-change-the-world-we-live-in/> (дата звернення: 08.10.2024)

58. Umarov A. The main market for contemporary art, 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-main-market-for-contemporary-art> (дата звернення: 30.09.2024)

59. Uttam P. The Advantages of Buying Art at Auction, 2022. URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-advantages-buying-auction> (дата звернення: 11.09.2024)

60. Waterhouse R. Art Market Trends 2024, 2024. URL:  
<https://www.fineartbrokers.com/fine-art-brokers-in-the-news/art-market-trends>

(дата звернення: 10.10.2024)

61. Wetzler R. How Modern Art Serves the Rich, 2018. URL:  
<https://newrepublic.com/article/147192/modern-art-serves-rich> (дата звернення:

03.09.2024)

62. Willis J. The Effects of Art and Culture on Modern Society, 2024. URL:  
<https://blog.creativeflair.org/the-effects-of-art-and-culture-on-modern-society/>

(дата звернення: 11.09.2024)

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А.

### ЕНЦИКЛОПЕДИЧНА-НАРАТИВНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ

**Арт-бренд** – імідж або стиль художника чи художнього продукту, що позиціонується як самостійна комерційна одиниця на арт-ринку.

**Арт-індекс** – індикатор, що відображає зміну вартості творів мистецтва на вторинному ринку на основі аукціонних продажів.

**Арт-об'єкт** – матеріальний або нематеріальний витвір мистецтва, що функціонує як носій естетичної, культурної та ринкової цінності.

**Арт-фінансування** – механізми залучення фінансових ресурсів до художніх проєктів або інституцій, включаючи меценатство, фонди, інвестиції.

**Арт-фліпінг** – купівля твору мистецтва з метою його швидкого перепродажу з прибутком.

**Арт-дилер** – посередник між художником і покупцем, який займається комерціалізацією творів мистецтва.

**Анонімна ставка** – ставка на аукціоні, зроблена без розкриття імені учасника.

**Аукціон** – публічний процес продажу товарів, зокрема творів мистецтва, через зростаючі ставки.

**Аукціонізм** – культурна та економічна практика, пов'язана з ритуалом і структурою аукціонних продажів.

**Аукціоніст** – професійний ведучий аукціону, відповідальний за динаміку продажу і взаємодію з публікою.

**Аукціонна ейфорія** – психологічний стан учасників аукціону, що може спричинити ірраціональні ставки через азарт і престиж.

**Аукціонна сесія** – визначений часовий відрізок, протягом якого проводиться серія торгів.

**Аукціонний дім** – інституція, що організовує й проводить аукціонні продажі мистецтва та колекційних об'єктів.

**Аукціонний театр** – метафора, що описує перформативний характер аукціонного процесу як видовища з ритуальними елементами.

**Біла рукавичка** – аукціон, на якому продано 100% лотів, символ успішного продажу.

**Блок лотів** – послідовність творів, згрупованих за стилем, автором або тематикою для цілісного продажу.

**Блокбастер-виставка** – масштабна експозиція, орієнтована на широкий глядацький інтерес і високі прибутки.

**Візуальна культура** – сукупність візуальних образів та їх інтерпретацій у суспільстві.

**Візуальний код** – набір візуальних ознак, через які розпізнається стиль, ідентичність чи концепція.

**Вторинна валідність** – соціокультурне або інституційне підтвердження значущості твору після його первинного прийняття.

**Вторинна художня вартість** – ціна, яку твір набуває на ринку після первинного продажу.

**Гарантія продажу** – домовленість, за якою аукціонний дім гарантує продаж твору за мінімальною ціною.

**Гіперкапіталізація естетики** – процес, за якого художня форма набуває надмірної ринкової вартості через символічний капітал.

**Гіпотетичний ринок** – уявна модель функціонування ринку мистецтва в теоретичних або аналітичних дослідженнях.

**Дилерська екосистема** – сукупність акторів арт-ринку, які здійснюють посередницьку діяльність між творцем і колекціонером.

**Дискурсивна вартість** – значущість мистецького твору, зумовлена інтелектуальним або критичним наративом.

**Знижка** – ситуація, коли лот не знайшов покупця під час аукціону.

**Інвестиція в мистецтво** – вкладення капіталу у твори мистецтва з розрахунком на їх зростання у вартості.

**Інсайдерські торги** – ситуація, коли учасники аукціону володіють неофіційною інформацією, що впливає на результат торгів.

**Інституціональна валідність** – визнання твору або художника легітимними мистецькими установами.

**Інституційна історія твору** – перелік інституцій, у яких твір експонувався, зберігався чи був проданий.

**Калібрування лота** – визначення відповідної ціни, категорії та контексту продажу об'єкта мистецтва.

**Креативна економіка** – сектор економіки, заснований на інтелектуальній власності та творчій діяльності.

**Колекціонер** – особа, що цілеспрямовано збирає твори мистецтва для особистого або публічного володіння.

**Контемпорарі арт** – сучасне мистецтво, що відображає естетичні, політичні та соціальні процеси сьогодення.

**Культурна економіка** – галузь, що вивчає виробництво, обмін і споживання культурних благ.

**Культурна спекуляція** – маніпуляція вартістю мистецтва шляхом створення трендів або фетишизації об'єктів.

**Культурний брокер** – посередник, що оперує між різними культурними системами в інституційному або ринковому контексті.

**Культурний капітал** – сукупність знань, освіти, смаку та зв'язків, що визначають статус у культурному полі.

**Лот** – окремий об'єкт, що виставляється на аукціон для продажу.

**Маркетинг постцінності** – просування творів мистецтва після їхнього ціннісного закріплення на ринку.

**Медіа-арт** – художня практика, що інтегрує новітні медіа та технології як основний засіб вираження та концептуалізації. Характеризується дослідженням естетичного потенціалу цифрових, електронних та інтерактивних середовищ, включаючи відео, аудіо, програмне забезпечення, інтернет, віртуальну реальність та штучний інтелект.

**Медіум (носіє)** – матеріальна субстанція або технологічний інструмент, за допомогою якого художник втілює свій задум. Окрім традиційних медіумів (олія, акварель, скульптура), у сучасному мистецтві розрізняють новітні медіуми, такі як відеоінсталяція, перформанс, цифрова графіка.

**Мистецький жест** – концептуально значуща дія або вчинок художника, що виходить за межі традиційного створення об'єкта мистецтва.

**Мистецтво як актив** – розгляд творів мистецтва як фінансового інструменту, об'єкта інвестиційного портфеля. Цей підхід акцентує увагу на потенціалі зростання вартості мистецьких творів на ринку, їхній ліквідності та здатності зберігати капітал.

**Музейний авторитет** – інституційна влада та вплив музеїв як центрів збереження, дослідження та інтерпретації культурної спадщини. Музейний авторитет формується завдяки експертності кураторів, науковій діяльності, престижу колекції та здатності формувати канон мистецтва, впливаючи на його сприйняття та оцінку.

**NFT-арт** – форма цифрового мистецтва, право власності на яке засвідчується невзаємозамінним токеном у блокчейні. NFT-арт забезпечує унікальність та верифікованість цифрових творів, відкриваючи нові можливості для їхнього продажу, колекціонування та демонстрації в метавсесвітах та онлайн-платформах.

**Онлайн-аукціон** – електронна платформа для проведення аукціонних торгів, що дозволяє покупцям з усього світу брати участь у боротьбі за лоти в режимі реального часу.

**Первинний ринок** – сегмент арт-ринку, на якому відбувається перший продаж творів мистецтва безпосередньо від художника або галереї, що його представляє.

**Післяринкова стратегія** – комплекс дій, спрямованих на підтримку та зростання вартості творів мистецтва художника після їхнього первинного продажу. Включає участь у виставках, публікації в авторитетних виданнях, співпрацю з музеями та колекціонерами, що сприяє підвищенню репутаційного капіталу митця.

**Портфель художника** – систематизована сукупність творів художника, що відображає еволюцію його стилю, ключові періоди творчості та основні ідеї.

**Попередній перегляд** – організована демонстрація лотів аукціону перед початком торгів, що надає потенційним покупцям можливість ознайомитися з творами мистецтва особисто або віртуально, оцінити їхній стан та якість.

**Приватний продаж** – угода про купівлю-продаж твору мистецтва, що здійснюється без публічного аукціону, найчастіше за посередництва галерей, арт-дилерів або консультантів.

**Провенанс** – документована історія володіння твором мистецтва від моменту його створення до теперішнього часу.

**Премія покупця** – додаткова комісія, що сплачується покупцем аукціонному дому понад ціну молотка.

**Публічна оцінка** – офіційна експертна оцінка вартості твору мистецтва, що надається аукціонним домом або незалежним експертом перед виставленням на торги.

**Резервна ціна** – мінімальна ціна, за яку власник згоден продати лот на аукціоні. Якщо під час торгів не досягнуто резервної ціни, лот знімається з продажу.

**Репутаційний капітал** – сукупність позитивних оцінок та визнання, якими володіє художник, галерея, музей або інша інституція у світі мистецтва.

**Ринок значення** – сегмент арт-ринку, де цінність творів мистецтва визначається не лише фінансовими показниками, але й їхньою культурною, історичною та естетичною значущістю.

**Ринок-орієнтоване кураторство** – кураторська практика, що значною мірою враховує кон'юнктуру арт-ринку та потенційну комерційну успішність виставлених творів.

**Секундарний ринок** – сегмент арт-ринку, де відбувається перепродаж раніше придбаних творів мистецтва. Основними гравцями на вторинному ринку є аукціонні будинки, галереї, дилери та приватні колекціонери.

**Сертифікат автентичності** – документ, що підтверджує авторство та справжність твору мистецтва. Видається автором, галереєю, фондом художника або визнаним експертом.

**Сірий ринок мистецтва** – неофіційний або напівлегальний сегмент арт-ринку, де угоди здійснюються без належної прозорості та документації, що може призводити до проблем з автентичністю та законністю походження творів.

**Спекулятивний ринок мистецтва** – сегмент арт-ринку, де значна частина угод здійснюється з метою швидкого перепродажу за вищою ціною, часто без глибокого розуміння художньої цінності твору. Характеризується високою волатильністю та залежністю від трендів.

**Спляча партія** – твір мистецтва, який на момент продажу не отримав належної оцінки та продається за відносно низькою ціною, але з часом його вартість значно зростає завдяки зміні кон'юнктури ринку або переоцінці творчості художника.

**Телефонний біддер** – учасник аукціону, який робить ставки через телефонного оператора, що знаходиться в аукціонному залі. Забезпечує анонімність та можливість брати участь у торгах дистанційно.

**Транзакція значення** – угода купівлі-продажу твору мистецтва, що має не лише фінансову, але й значну культурну, історичну або символічну вагу, наприклад, придбання музеєм важливого артефакту.

**Троянський лот** – стратегічно важливий лот на аукціоні, який виставляється на початку торгів з метою створення ажіотажу та підвищення цін на наступні лоти.

**Умовна цінність** – вартість твору мистецтва, що залежить від певних умов або обставин, наприклад, від його експонування на престижній виставці або включення до авторитетного каталогу.

**Фетиш цінника** – надмірне захоплення вартістю твору мистецтва як основним критерієм його значущості, що може призводити до ігнорування його естетичних та концептуальних якостей.

**Фетишизація анонімності** – надання особливої цінності анонімності художника або колекціонера, що може бути пов'язано зі спекулятивними мотивами або бажанням уникнути публічної уваги.

**Фізичний / цифровий артефакт** – матеріальний об'єкт мистецтва (картина, скульптура) або його цифровий аналог (цифрове зображення, відео, NFT), що має культурну та художню цінність.

**Формування естетичної ціни** – складний процес визначення цінності твору мистецтва, що включає оцінку його художніх якостей, історичного значення, технічної майстерності, впливу на культурний контекст та репутації автора.

**Фінансіалізація мистецтва** – процес зростаючої інтеграції мистецтва у фінансову систему, розгляду його як інвестиційного активу та використання фінансових інструментів на арт-ринку.

**Цикл обігу артефакту** – шлях, який проходить твір мистецтва від моменту створення через різні форми власності (художник, галерея, колекціонер, музей) та ринкові транзакції.

**Ціна молотка** – остання запропонована ціна на аукціоні, зафіксована ударом молотка аукціоніста, до якої додається премія покупця.

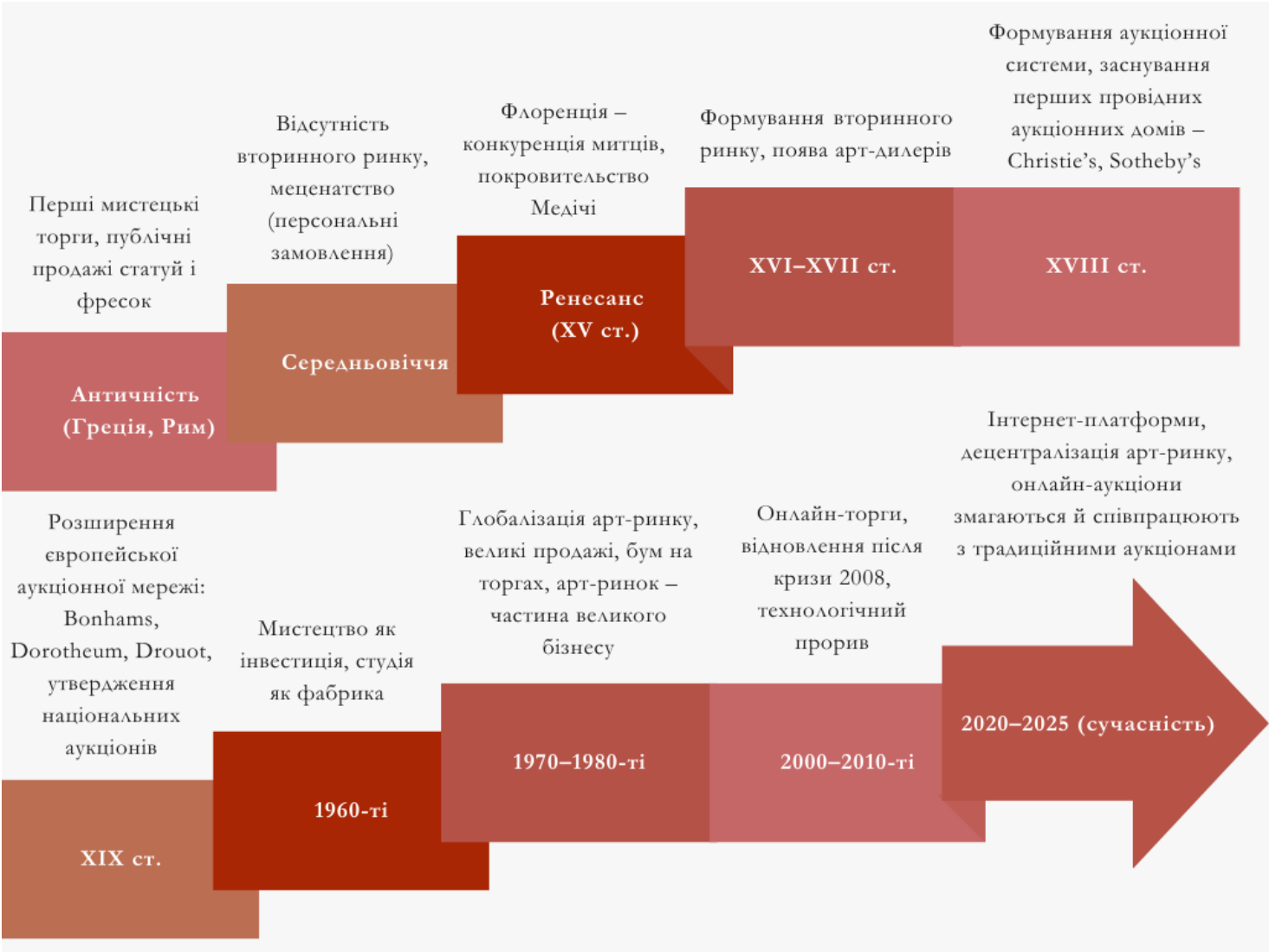
**Цінова резонансність** – відповідність між очікуваною та фактичною ціною твору мистецтва на ринку, що залежить від багатьох факторів, включаючи попит, пропозицію, репутацію автора та загальну кон'юнктуру арт-ринку.

**Цифровий артефакт** – твір мистецтва, створений або існуючий у цифровому форматі, що може включати зображення, відео, аудіо, інтерактивні інсталяції, віртуальну реальність та NFT.

**Zero reserve auction** – аукціон без встановленої резервної ціни, де лот буде продано учаснику, який запропонує найвищу ціну, незалежно від її розміру.

ДОДАТОК Б.

ХРОНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ АУКЦІОННОЇ ТОРГІВЛІ ЯК  
КАТАЛІЗАТОРА ОБРАЗОТВОРЧОЇ КУЛЬТУРИ ЄВРОПИ



## ДОДАТОК В.

# ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННОСТІ В АРТ-РИНКУ: ВІД ШТУЧНИХ ШЕДЕВРІВ ДО СИМВОЛІЧНОЇ ЗНАЧУЩОСТІ

## КОНЦЕПЦІЇ ЦІННОСТІ

|                        | ШТУЧНІ<br>ШЕДЕВРИ                                                                  | СПРАВЖНІ<br>ШЕДЕВРИ                                                         | СИМВОЛІЧНА<br>ЦІННІСТЬ                                                                         |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ВИЗНАЧЕННЯ             | Роботи, що набувають статусу шедевр через маркетинг, інвесторів чи брендинг        | Твори мистецтва, що мають естетичну, історичну або інноваційну глибину      | Нематеріальна вартість, яка закладена в об'єкт (статус, рідкість, контекст)                    |
| ДЖЕРЕЛО ЦІННОСТІ       | Комерційна стратегія, хайп, іменитість автора чи галереї                           | Художня якість, культурна важливість, вплив на мистецький процес            | Соціальний консенсус, культурний наратив, міфологізація                                        |
| АВТЕНТИЧНІСТЬ          | Часто сумнівна або надмірно завищена                                               | Зазвичай підтверджена експертами, історією, впливом                         | Може бути автентичною або повністю сконструйованою                                             |
| ДОВГОВІЧНІСТЬ ВИЗНАННЯ | Тимчасове – прив'язане до трендів та ринку                                         | Стійке – визнане крізь час                                                  | Варіативне – може змінюватися залежно від культурного контексту                                |
| КРИТИКА                | Комерціалізація мистецтва, втрата глибини, фетишизація брендів                     | Елітарність, можливе ігнорування новаторства через канон                    | Можливість маніпуляції, залежність від суб'єктивних суджень                                    |
| РОЛЬ АРТ-АУКЦІОНУ      | Підсилює штучну цінність за рахунок рідкості, реклами, інсайдерських домовленостей | Сприяє легітимації справжніх шедеврів, але не є остаточним критерієм якості | Підсилює символічний ореол шляхом спектаклю, ціни як видовища                                  |
| ПРИКЛАДИ               | NFT-графіка, сучасні «інвестиційні» полотна без історії                            | Твори Мікеланджело, В. ван Гога, П. Пікассо                                 | “М'які годинники” С. Далі, “Фонтан” М. Дюшана інсталяції зі здавалося б, повсякденних об'єктів |

## ДОДАТОК Г.

СТРУКТУРА СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ У КОНТЕКСТІ  
ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ТВОРІВ МИСТЕЦТВА НА АУКЦІОНАХ

| МОТИВАЦІЇ ПОКУПЦІВ        |                                                     |
|---------------------------|-----------------------------------------------------|
| ЕКОНОМІЧНІ                | Інвестиція,<br>очікування зростання вартості        |
| СТАТУСНІ                  | Соціальний престиж,<br>демонстративне споживання    |
| ЕСТЕТИЧНІ                 | Насолода від краси,<br>інтелектуальна стимуляція    |
| ПАТРІОТИЧНІ / ІДЕОЛОГІЧНІ | Збереження національної пам'яті,<br>репрезентація   |
| КОМЕРЦІЙНІ                | Створення бренду митця<br>для продажу / перепродажу |