

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра культурології

Курсова робота
освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр

На тему: **«КОЛЕКЦІОНУВАННЯ ТВОРІВ МИСТЕЦТВА ЯК РУШІЙНА
СИЛА АРТ-РИНКУ»**

Виконала:
Студентка 3-го року навчання,
Спеціальності 034 Культурологія
Макарчук Марта Олександрівна

Науковий керівник: Павліченко Н.В.,
канд. культурології, ст. викладач

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ВИТОКИ ТА ПСИХОЛОГІЯ ФЕНОМЕНУ КОЛЕКЦІОНУВАННЯ	6
1.1. Особливе ставлення людини до речей	6
1.2. Психологія колекціонування	12
Висновки до розділу I	17
РОЗДІЛ 2. КОЛЕКЦІОНУВАННЯ В СИСТЕМІ ХУДОЖНЬОГО РИНКУ	18
2.1. Особливий тип колекціонера творів мистецтва	18
2.2. Твори мистецтва як інвестиція	22
Висновки до розділу II	29
РОЗДІЛ 3. КОЛЕКЦІОНУВАННЯ ТВОРІВ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА: РЕТРОСПЕКТИВА ТА СУЧАСНИЙ СТАН	30
3.1. Чому колекціонують сучасне мистецтво?	30
3.2. Видатні колекціонери творів сучасного мистецтва	32
3.3. Положення колекціонера в сучасних обставинах художнього ринку	44
Висновки до розділу III	48
ВИСНОВКИ	50
БІБЛІОГРАФІЯ	53

ВСТУП

Актуальність. Перш за все, феномен колекціонування актуальний через розповсюдженість у нашому повсякденному житті. Щодня ми зустрічаємося із наданням речам додаткових сенсів, укладання їх у серії та обожнюванням предметів. Саме в цих аспектах знаходить свій широкий прояв феномен колекціонування, який також походить із розповсюджених психологічних аспектів людської природи, які спонукають людину до накопичення речей.

Також важливим є погляд на обожнювання речей з антропологічної точки зору, яким, на нашу думку, не варто нехтувати, адже у дослідженні первісних суспільств ми можемо знайти відповіді на багато наших запитань, які пов'язані з цим феноменом.

В контексті дослідження художнього ринку процес колекціонування творів мистецтва є його невід'ємною частиною. На сьогоднішній день воно набуває дедалі більшої популярності, а художній ринок зазнає стрімких змін через розширення діяльності колекціонерів. Збільшення статків також підштовхує до урізноманітнення інвестиційного портфелю, та дедалі частіше туди потрапляють твори мистецтва, перетворюючи підприємців на колекціонерів, які входять в світ мистецтва через інвестиції.

Саме тому важливим є розгляд постаті колекціонера як центральної особи на художньому ринку, нам варто детально заглибитися в процес його взаємодії із іншими гравцями ринку, аби зрозуміти його мотиви та принципи роботи. Таке дослідження дозволить нам краще розумітися на сучасних процесах на арт-ринку та дає можливість оцінити потенціал цієї діяльності. Також цікавим є не просто дослідження біографій відомих колекціонерів, а причин їхнього захоплення, методів та мотивацій, що дозволяє нам перейняти їх успішний досвід або виділити характерні риси, притаманні різним типам колекціонерів та прослідкувати їхню трансформацію. Це є актуальним як для мистецтвознавців, так і для тих, хто планує займатися такою діяльністю.

Ступінь наукової розробки. Антропологічну основу дослідження склали роботи Еміля Дюркгейма та Марселя Мосса. Питання товарного фетишизму ми розглядали на основі праць Карла Маркса та Славоя Жижека. Культурологічну та психологічну складові колекціонування ґрунтовно дослідили Жан Бодрійяр та Вальтер Беньямін. Психологію колекціонування дослідили такі професори психології як Фредерік Бейкленд, Марк МакКінлі та письменниця Беглі Шарон. Практичні поради щодо укладання та утримання колекції творів мистецтва дали Алан Бамбергер та Мері Розелл, що допомогло нам дослідити специфіку цієї сфери. Про економічну складову колекціонування згадував А. Малінкін, та описувала у своїй дисертації А. Ліховцева, а інвестиційний потенціал творів мистецтва розглядали економісти А. Водоп'янова, Л. Гончаренко та А. Сухарєв. Життя та діяльність відомих колекціонерів та меценатів описували І. Басс, О. Ярцева, О. Петухов, співробітники МоМА та укладальники каталогу колекції родини Хейвмейєрів, та Пеггі Гуггенхайм, яка склала власну автобіографію. Сучасний арт-ринок детально досліджували Ізабель Грав, Анна Арутюнова, Жюдіт Бенаму-Юе, Пірошка Доссі, Сара Торнтон та Едвард Вінкельман.

Об'єкт і предмет. Об'єктом дослідження є феномен колекціонування; предметом є дослідження процесу колекціонування творів мистецтва та положення постаті колекціонера в середовищі художнього ринку.

Мета і завдання. Метою даної роботи є дослідити вплив феномену колекціонування творів мистецтва на художній ринок.

Поставлена мета передбачає такі **завдання**:

- з'ясувати витоки колекціонування в ставленні людини до речей в різні періоди соціокультурного розвитку та у різних суспільствах;
- розглянути причини колекціонування з точки зору психології та психоаналізу;
- сформулювати основні риси постаті колекціонера творів мистецтва;
- окреслити становище колекціонера серед інших гравців на художньому ринку;

- виділити основні причини та методи зібрання всесвітньо відомих колекцій;
- окреслити положення колекціонера в умовах сучасного арт-ринку.

Метод. У роботі використовується порівняльно-історичний, структурно-функціональний та емпірико-теоретичний методи дослідження.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, семи підрозділів, висновків та бібліографії.

РОЗДІЛ 1. ВИТОКИ ТА ПСИХОЛОГІЯ ФЕНОМЕНУ КОЛЕКЦІОНУВАННЯ

1.1. Особливе ставлення людини до речей

У цьому розділі ми маємо на меті почати дослідження феномену колекціонування з його основ – ставлення людини до речей у первісних суспільствах та сакральних можливостях речі; психології людини, що колекціонує. Це дасть нам можливість наблизитися до розгляду колекціонування творів мистецтва у більш вузькому контексті, а саме – у системі обміну та в системі художнього ринку.

Щоб дослідити особливий статус речей та відношення людини до них ми можемо звернутися до дослідження Е. Дюркгейма, а саме до дослідження індивідуального тотемізму. Вчений стверджує, що тотемізм передбачає тісний зв'язок клану з певною категорією об'єктів [16, с. 296]. Індивідуальний тотемізм є первинним аспектом тотемічного культу, адже основи релігії зароджуються у свідомості індивіда аби відповідати індивідуальним запитам та переживанням, який пізніше став колективною формою [16, с. 298]. Тобто, першопочатком колективного тотему є індивідуальний тотем конкретної людини [16, с. 299].

Деякі науковці (Ч. Гілл-Таут, Дж. Фрейзер) вважають індивідуальний тотемізм певною формою фетишизму: індивід, що відчуває себе у небезпеці, шукає собі підтримку у речах, які є провідниками до потойбічного світу [16, с. 300]. Людина прагне сховати свою душу у потаємному та невідомому нікому місці – помістити її у якусь іншу матеріальну форму [16, с. 302-303]. Дюркгейм досить неоднозначно ставиться до того, що індивідуальний тотемізм породжує клановий (на його думку, це лише одна з

складових колективної форми), однак для нас є цінною теза про те, що особливе ставлення до предметів – це початково суто індивідуальна практика.

Тотем може втілюватися у певних видах тварин або рослин, але може поширюватися й значно ширше: сакральність тотему поширюється й на все, що так чи інакше з ним пов'язано (від того, чим він харчується, до предметів, що його нагадують). Так до тотема приєднуються «підтотеми», що утворюють космологічну систему [16, с. 379]. На нашу думку, теза про поширення сакральних сил на предмети, які дотичні до тотема (й утворення певного ряду предметів з особливою силою), також може бути корисною для нашого дослідження, адже це також може слугувати й ознакою колекції та її символічного навантаження.

Окрім цього, варто звернути увагу на поняття «мана», яке нерозривно пов'язане з тотемом. Це сила, яка відрізняється від будь-якої матеріальної сили та може діяти в обох напрямках: як і на користь, так і на зло. Мана не закріплюється на одним об'єкті, а здатна поширюватися на різні види речей. Меланезійці вірять, що мана є однією з основних складових релігійного життя та забезпечує всі їхні блага. На відміну від тотема, мана поширюється на набагато більшу кількість створінь та предметів [16, с. 333–334].

Ми зверталися до поняття «мана» у попередній роботі, адже вона відігравала важливу роль у процесі обміну у первісних суспільствах. Нам знову необхідно згадати працю Марселя Мосса «Нарис про дар», аби краще зрозуміти це поняття [25, с. 134].

Автор зосереджує свою увагу на явищі «потлачу», через який і передається мана – це форма тотальних поставок, які здійснюються між племенами північного заходу Америки. Він описує його як тотальну поставку антагоністичного типу, адже тут має місце високий рівень суперництва між кланами за багатший дар та досить агресивну демонстрацію своїх багатств, шляхом їх знищення або марнотратством [25, с. 142–143]. Мана несе у собі те багатство, честь та престиж, який прагнуть продемонструвати представники кланів. Вона є джерелом багатства, яке передається у процесі обміну дарами.

Загроза втрати «мани» змушує віддавати та обмінюватися дарами, адже відсутність обміну дорівнює втраті мани [25, с. 145].

Ми знаємо, що дух дарувальника ще протягом тривалого часу зберігається у предметах, що брали участь в процесі обміну. Через річ дарувальник здатен отримати владу над отримувачем. Це також отримує своє закріплення і на правовому рівні, адже фактично змушує приймати постійну участь в процесі обміну. Обмін речами провокує зв'язок душ, адже річ, як вже зазначалося має власну душу та силу. Затримувати даровану річ при собі вважається небезпечним, тому необхідно, щоб вона постійно перебувала у русі та була втягнута у кругообіг обміну [25, с. 151–152].

У племен Тробріанських островів обмін дарами отримав назву «кула» – аналог «потлачу» у його ширшому розумінні [25, с. 168]. «Ваігу'а» – одна з ознак багатства племені, в свою чергу, є одним з об'єктів, що бере участь у цьому обміні [25, с. 173]. Цей обмін, як і «потlach», має свою міфологічну, релігійну і магічну складову. Важливим є те, що ваігу'а – мають особистість, історію, до них можна відчувати любов, і навіть присвоювати імена [25, с. 174].

Якщо ми детальніше звернемося до сили речей, які задіяні в обміні, необхідно з'ясувати, що вони повинні мати певні властивості, які дають їм можливість бути задіяними в обміні. З одного боку, в первісних суспільствах існували об'єкти побуту та повсякденного вжитку, а з іншого боку – існували коштовності, талісмани, та інші цінності, які передавалися нарівні з жінками, іменами та оберегами. У процесі відчуження цих об'єктів, з ними не розлучаються назавжди, вони даються в борг, аби пройти коло обміну та знову повернутися [25, с. 213–214]. Більше того, досить глибокі уявлення про речі зустрічаються у племені хайда: вони обожнюють поняття власності та майна [25, с. 215]. Дорогоцінні речі мають духовне походження та є духовними по своїй суті, та зберігаються так, що вони прив'язані до свого власника, та містять у собі свою душу. Кожна річ, яка є дорогоцінною у тробріанців, має свою індивідуальність, своє ім'я і свою силу [25, с. 216–218]. Кожна з цих дорогоцінних речей також містить у собі здатність до відтворення, вона не

тільки знак багатства, а й магічна та релігійна ознака заможності та статусу, які мають особливу цінність та недоступні для повсякденного вжитку і досить чітко розділені між кланами та родинами вождів [25, с. 221].

Такі спостереження за ставленням до речей у первісних суспільствах є дуже корисним для нашого дослідження, адже ми можемо побачити, які речі мали особливий статус та як до них відносились – накопичували або передавали, обмінювали або дарували. Це є важливою основою для подальшого дослідження ставлення речей у сучасності та може дати нам підстави стверджувати, що колекціонер, як і тробріанець, не сприймали деякі дорогоцінні їм речі нарівні з будь-якими іншими та наділяли їх магічними властивостями, вкладали в них особисті переживання, прагнули знову повернути їх собі у процесі обміну та ототожнювали свою душу із душею речей.

Також про фетишизм згадує Карл Маркс, в рамках його аналізу товарного фетишизму. Він пояснює соціальні функції речей, які, на його думку, є матеріальним уособленням суспільних відносин. Теорія товарного фетишизму є соціологічною основою економічної теорії Карла Маркса, яка може бути доречною в межах нашого дослідження [26, с. 500].

Основоположник теорії фетишизму Шарль де Брос називає фетишем річ, що слугує для чаклунства і пророцтв. Він вважає фетишизмом будь-яку форму релігії, розповсюджену у первісних суспільствах. Для нього фетиш – це перший матеріальний предмет, який людина обрала своїм божеством. Таким чином, аналогічно до тотемізму, існує фетишизм як у індивідуальній формі, так і в колективній. Кількість фетишів може нескінченно зростати, адже статус фетиша може набути як тварина, так і будь-який інший предмет [14, с. 20–21].

Маркс переосмислив уявлення фетишизму як найбільш архаїчної форми релігії. Початково він вважає фетишизм також формою релігійної свідомості первісних суспільств, однак пізніше («Економічно-філософські рукописи 1844 р.») він розглядає його як тип соціальних відносин, в яких річ є посередником у стосунках між людьми та має при цьому особливу соціальну

функцію (він описує це явище на прикладі феодального землеволодіння, де земля стає нерозривно пов'язана із її володарем, має його титул, привілеї та положення у суспільстві) [26, с. 500–501].

Славой Жижек також звертається до товарного фетишизму Маркса. Філософ змальовує його наступним чином: у розвинутому суспільстві ми схильні протиставляти нашу релігію первісним релігійним уявленням на кшталт фетишизму, хоча наше суспільство побудоване на «примітивному» поклонінні матеріальним об'єктам, які втілені у формі грошей та дорогоцінностей, яким ми надаємо магичні властивості [17, с. 179]. У даному випадку фетишизм переноситься на «соціальні відносини між речами» з людських стосунків. Коли ми зосереджуємо увагу винятково на стосунках між людьми, ми не помічаємо символічні структури, що регулюють ці дії [17, с. 181–182]. Пропонується три послідовні етапи фетишизму: традиційний міжособистісний фетишизм; стандартний товарний фетишизм; втрата фетишем своєї матеріальності (на якому і зупиняється Жижек, розмірковуючи про положення фетиша у постмодерному світі). Відбувається так звана спектралізація фетиша – розпад його матеріальності не впливає на те, як він володіє суб'єктом (автор пояснює це явище на прикладі електронних банківських систем, в межах яких невидима сила грошей дедалі більше впливає на людину) [17, с. 185–186]. В ринковому обміні людина також сприймає товари не просто як предмети, а як об'єкти, наділені особливою силою та різноманітними властивостями, незважаючи на те, що вона усвідомлює, що модель відносин «товар=гроші», це лише матеріалізована форма суспільних відносин. Отже, фетишизм переноситься на предмети, аби створити своєрідну систему «соціальних відносин між речами» [17, с. 190].

На нашу думку, С. Жижек зводить теорію Маркса до того, що звичайні речі не руйнують теорію фетиша, а тільки наближують нас до нього, адже дедалі більше предметів ми наділяємо особливою цінністю та надаємо їм додаткових сенсів. Вищеописана теорія може бути релевантною і при розгляді сучасного художнього ринку, адже в його системі ми також маємо брендових

митців, дилерів і колекціонерів, де ми стикаємося із фетишизацією цих стосунків; ми зіткнемося із випадками гонитви за творами мистецтва лише через ім'я художника, де покупець наділяє його особливим сакральним для нього сенсом.

Жан Бодрійяр також висловлює думку про те, що магічні уявлення керують колективною споживчою ментальністю, і саме віра в силу знаків та в силу речей керує повсякденним життям. Саме через надлишок або достаток речей ми визначаємо щастя або багатство, тому предмети й продукують захоплення ними, або, як це проявлялося у первісних суспільствах – їхнє обожнювання [6, с. 19–20].

Найпростіша річ може коштували мільйони доларів тільки через те, що людина наділяє її додатковими якостями, які є невидимі та знаходяться поза межами її об'єктивних характеристик. Саме колективні уявлення часто збагачують річ такими якостями, які створюють з неї магічний та вагомий об'єкт. Сила речей визначається саме через колективні уявлення, адже, як пояснює Е. Дюркгейм суспільна думка має більшу дієвість, та змушує нас дивитися на прості речі так, ніби вони мають якусь особливу ауру та цінність. Тож будь-яка релігійна сила існує поза речей, в яких вона зосереджена, адже вона формується не з враження яке вона справляє на індивіда, а з того, що навіяно членам групи, і які ідеї буди спрямовані в їхню свідомість. Задля об'єктивації цих ідей, вони закріплюються у матеріальних об'єктах, які стають обожнюваними та шанованими [16, с. 387–389].

Наразі нам варто зосередитися на особливому статусі речей, які привертають увагу людини та дійти до того, як вони спонукають людину до накопичення та колекціонування як з психологічної, так і з феноменологічної точки зору.

1.2. Психологія колекціонування

На феномен колекціонування звертали увагу не тільки численні філософи та культурологи, а й психологи та психоаналітики. Колекціонування є явищем, що балансує на межі захоплення та компульсії, накопичення та нагромадження речей та цілеспрямованого пошуку, в ньому людина прагне підкорити та отримати владу над речами в той час, як ці речі також отримують владу над розумом людини.

Психологи характеризують колекціонера як людину, яка має мотивацію накопичувати серії схожих предметів, ставлячи їх функціональність на другий план і не має на меті їх використовувати за їх прямим призначенням. Наприкінці ХХ ст. було виділено чотири типи колекціонерів: ті, хто готові заплатити будь-яку ціну за бажаний об'єкт; ті, хто розглядає колекціонування як інвестицію; любителі, які збирають суто для задоволення; ті, хто колекціонують задля самовираження. В одній людині може поєднуватися кілька аспектів, що підштовхують її до накопичення, тож це питання необхідно розглядати комплексно. Ці типи колекціонерів також передбачають різні причини їхніх дій: вигода, емоційне захоплення від факту володіння, задоволення, самовираження або самозвеличення [42, с. 86–87].

Важливо розрізняти колекціонера та збиральника. Другий непомірковано та хаотично накопичує різні речі, в той час як колекціонер зосереджений лише на вузькому колі предметів, та активно розшукує їх [38, с. 45]. Можна припустити, що у випадку збиральництва речі підкорюють собі людину, а у випадку колекціонування людина підпорядковує собі ряд об'єктів. Колекціонер також звертає увагу на конкретні об'єкти через їхню символічну цінність, і також він схильний до того, щоб використовувати свою колекцію для досягнення власних цілей [38, с. 45].

Колекціонування також дозволяє людині брати участь у економіці культури, та створенні специфічного культурного поля. Визначним є те, що більшість причин колекціонування зосереджені на особистості, на прагненні віднайти себе у речах, у колекції [42, с. 87]. Не завжди колекціонування може руйнувати особистість. Як вже зазначалося, це може бути хобі. Часто колекціонуванням захоплюються через те, що основна зайнятість більше не приносить радощів, і відтак деякі психіатри радять зайняти себе у такий спосіб, аби наповнити життя сенсом та цілями. Так створюються клуби колекціонерів, де людина може не тільки розділити своє захоплення з іншими, а й соціалізуватися [38, с. 50].

Також з причин колекціонування можна виділити небажання розлучатися з минулим, на якому робить акцент професор психології Марк МакКінлі. У колекції людина може втілювати свій сум за дитинством та молодістю. Також колекціонування може бути одним із способів наблизитися не тільки до особистого минулого, а й до певних історичних подій або періодів, шляхом збирання предметів того часу [30].

Колекціонер та професор психіатрії, випускник Єльського університету Фредерік Бейкленд звертає увагу на те, що в дорослому віці переважна кількість колекціонерів – чоловіки, в той час як у дитячому віці, колекціонують щось зазвичай дівчата [38, с. 47]. Найактивніше дитяче колекціонування проявляється у віці від семи до дванадцяти років, зникаючи у підлітковому віці та посилюючись одразу після статевого дозрівання або у віці близько сорока років (у чоловіків). Це пояснюється тим, що воно тісно пов'язане з сексуальним станом суб'єкта: колекціонування виступає потужним компенсаторним фактором в переломних фазах сексуального розвитку [7, с. 41]. Жіноч-колекціонерок ми знаємо не так багато, однак вони заслуговують уваги та розгляду їх особистостей в окремому розділі.

Прагнення до накопичення досить давнє явище, яке не завжди мало свої «здорові» прояви. Звертаючись до історії, варто згадати про «колекції курйозних речей» (кунсткамери), поширені у XVII–XVIII ст. в Європі.

Зрозумілим є те, що саме в зібранні, каталогізації та демонстрації екзотичних об'єктів і знаходить свій прояв наполегливий і компульсивний¹ порив. Кунсткамери вважалися соціально прийнятним проявом компульсії, адже ця безумність вважалася ознакою цивілізованості, інтелектуальності та шляхетності. Французький психіатр Жан-Етьєн Домінік Ескіроль у 1820 році запропонував термін «монomanія» – психічний розлад внаслідок зосередження уваги на єдиному предметі або ідеї. З часу започаткування цього терміну воно набуло небувалого поширення у Франції: прагнення щось накопичувати стала підходящою формою легкої безумності, що стала ознакою видатного розуму та духу [3, с. 152–153]. Самі об'єкти, що ставали частиною колекції, також були символічним відображенням заможності та могутності власника [43].

Ще одним важливим аспектом є те, що деякі колекціонери ніколи не розлучаються з першими об'єктами, з яких почалась їх колекція. Ф. Бейкленд знаходить цьому пояснення у дослідженнях психоаналітиків. З. Фройд, К. Меннінгер та Е. Джонс пов'язують вважають колекціонування наслідком фіксації особистості на оральній та анальній стадіях психосексуального розвитку. Придбання і володіння матеріальними об'єктами дають людям відчуття захищеності, впевненості та задовольняють потребу у відчутті могутності. Також психоаналітики звертаються до дитинства, у якому батьківську любов заміщали матеріальним, тож предмети стали означати любов, а придбання численних предметів – спроба довести собі, що його (того, хто колекціонує) можна любити. Окрім цього, колекціонування може бути спробою вдовольнити своє прагнення організовувати та контролювати все, що оточує людину (прояв анальної стадії або компульсивного аспекту). Найяскравіше це проявляється у розміщенні, каталогізації та організації колекції. Придбання предметів у колекцію – прояв оральної стадії, разом із цим колекціонер ніби винагороджує себе, «годує» своє «Я» новими об'єктами у колекції. Ці об'єкти, що є джерелом впевненості, комфорту та безпеки

¹ Поведінка, мотивована чинниками, які змушують людину діяти проти її волі.

наділяються високою символічною цінністю через те, що вони відсилають до дитинства, де джерелом безпеки була матір [38, с. 49].

Дехто вкладає у колекціонування своє сексуальне бажання – матеріальні об'єкти у несвідомому людина порівнює із об'єктами сексуального характеру. Колекціонер може обожнювати свої предмети, збирати їх, аби наблизитися до них та мати можливість доторкнутися [38, с. 51]. Тому, власне, психоаналітики вважають колекціонування одним із способів сублимації лібідо або агресії, які переводяться у форму змагання та захоплення матеріальними об'єктами. У колекціонуванні психоаналітики також вбачають прояви ексібіціонізму. Це, на їхню думку, проявляється у прагненні колекціонера демонструвати та пишатися своєю колекцією публічно. Фройд зазначав, що ексібіціонізм або скоптофілія² є проявами самоідентифікації колекціонера через об'єкти, що він збирає [38, с. 56].

Як вже зазначалося, колекціонер може вкладати агресію у свою діяльність, а саме – у снобізмі, у порівнянні своєї колекції із надбаннями інших колекціонерів, прагнення їх перевершити та обігнати, наголошує на унікальності своєї колекції та бере участі у гонитві за особливими речами [38, с. 53]. Також агресія проявляється у процесі придбання бажаного предмета – це момент максимальної напруги, за яким слідує задоволення від привласнення. Також пошук предметів вимагає сильної внутрішньої мотивації, у яку і трансформується агресія [42, с. 91].

Отже, як ми бачимо, з психологічної точки зору колекція є дзеркальним відображенням внутрішніх переживань людини, іноді обсесією, а іноді – хобі або способом самоствердження і возвеличення над матеріальним. Колекціонера приваблює можливість володіти, замість простого споглядання, а володіння, в свою чергу це фактична влада над предметом. В. Беньямін зазначає, що для колекціонера факт володіння встановлює найміцніший зв'язок з речами: він починає жити у них. Для збиральника вони стають уособленням його «Я», а

² Любов до споглядання.

кордон між матеріальним та особистим стирається [15, с. 60]. Розглянемо ж детальніше концепцію колекціонування, розроблену філософом.

Як ми вже згадували, колекціонування завжди знаходиться на межі крайнощів, що підтверджує Беньямін. Вирішальним є те, що речі втрачають своє утилітарне значення та інтегруються у нову систему та форму свого існування – у колекцію. Колекціонування є втіленням пам'яті втіленої у матеріальному, що існує незалежно від інших профанних проявів. Речі підносяться до рівня алегорій, а їх ряд для колекціонера – безперервний потік [5, с. 75–76]. Колекціонер розвиває у собі особливе бачення предметів, яке дає йому відмінне від пересічного сприйняття світу. Світогляд колекціонера впорядкований, він приділяє особливу увагу минулому, адже саме у ньому зосереджена вся історія та магічна сила предметів [5, с. 79]. Автор доходить до висновку, що колекціонер актуалізує латентні архаїчні уявлення про володіння. Він пов'язує це з табу, але також ми можемо згадати й про інші архаїчні релігійні уявлення, про які говорилося раніше. Завдяки додатковим знанням колекціонера про предмети, вони набувають особливої цінності, а відтак й магічною силою речей давніх часів [5, с. 85–87].

Жан Бодрійяр доповнює уявлення про річ у колекції: предмет, що міфологізується, являє собою завершеність та дискурс, звернений до самого себе. У цьому стані речі відсилають людину у глибоке дитинство, про що вже згадувалося [7, с. 38].

Із розширенням колекції кожна окрема річ дедалі більше втрачає свою об'єктивність, самостійність, переходячи в абстрактну сферу свого існування [7, с. 41]. У цій сфері речі «персоналізуються» та поєднуються з власником, розширюючи межі його особистості. Бодрійяр зазначає, що людина, таким чином, «колекціонує саму себе» [7, с. 42–43].

Процес колекціонування є нескінченним, оскільки колекціонер прагне увіковічити у колекції самого себе, тож він ніколи не зупиняється у процесі пошуку нових об'єктів. Речі дають людині впевненість в тому, що завдяки колекції вона ще раз проживає своє життя, але у контрольованій формі своєї

колекції, у сфері, на яку вона може впливати [7, с. 46]. П. Доссі прирівнює нескінченність процесу колекціонування до споживання, оскільки із придбанням нової речі, створюється тільки ілюзія завершеності, яка ніколи не зникає [15, с. 69]. Це порівняння спричинено тим, що сучасний ринок пропонує нам товари тільки у формі серій, у яких вони доповнюють або відсилають один до іншого. Внаслідок цього споживач не може сприймати предмет самостійно та об'єктивно: він розглядає предмет лише у формі цілісної колекції подібних йому предметів, які необхідно також придбати [6, с. 12].

Висновки до розділу I

Отже, у цьому розділі ми з'ясували ставлення до матеріальних об'єктів у первісних суспільствах на прикладі тотемістських та фетишистських вірувань та змогли порівняти обожнювання речей колекціонером із тим, як возвеличує та обожнює речі тробріанець або меланезієць. Ми розглянули тотемізм як особливу форму ставлення до речей та прояв цих уявлень в процесі накопичення, обміну або дарування.

Ми звернутися до товарного фетишизму та до споживацької активності людини, що також зумовлює особливе ставлення до речей та надання їм додаткового сенсу. Ми бачимо, що фетишизація стосунків та товарів в умовах постмодерну перейшла й на художній ринок та ставлення до творів мистецтва.

Ми розглянули причини колекціонування з точки зору психологів та провідних психоаналітиків та дійшли до того, що у колекцію власник вкладає своє бажання володіти, систематизувати, впорядковувати, вдосконалювати себе, возвеличуватися над іншими та матеріалізувати свої комплекси, переживання та захоплення. Також ми порівняли колекціонування із компульсивним станом та розмежували постаті збиральника та колекціонера.

Наостанок, ми розглянули погляд Вальтера Беньяміна та Жана Бодрійєра на колекціонування та на предмети колекціонування як споживчі товари.

РОЗДІЛ 2. КОЛЕКЦІОНУВАННЯ В СИСТЕМІ ХУДОЖНЬОГО РИНКУ

2.1. Особливий тип колекціонера творів мистецтва

Колекціонування творів мистецтва відрізняється від інших видів, адже воно пов'язане із художнім ринком, який діє за власними особливими законами. Колекціонер перебуває у взаємодії із іншими гравцями арт-ринку – митцями, кураторами та дилерами. В процесі розвитку цих стосунків виділилися характерні риси та принципи роботи колекціонера творів мистецтва.

Людина, що купує та збирає арт-об'єкти також повинна бути ще й добре обізнаним поціновувачем мистецтва. Але окрім споглядання, колекціонер скоріше буде жертвувати своїми потребами заради придбання бажаного об'єкту та стає частим гостем художніх ярмарок та аукціонів. Наприклад, колекціонер імпресіоністів Віктор Шоке, який економив на їжі та одязі, аби придбати нові твори [38, с. 46]. Він займав радше позицію патрона, однак були й ті (частіше заможні люди), хто розглядав колекціонування творів мистецтва як можливість взяти участь у гонитві та грі та хвалитися своїми знахідками [38, с. 46].

Окрім фінансових витрат, колекціонер також робить й значний емоційний внесок у свою діяльність. Завдяки своїй діяльності вони можуть перевершувати або бути нарівні із істориками мистецтва, арт-дилерами, кураторами та митцями, адже часто поєднують у собі різні види роботи: арт-дилер може бути колекціонером, колекціонер може бути істориком мистецтва тощо. Значна кількість торговців мистецтва початково були колекціонерами, коли дедалі більше втягувалися у процес обміну. У поле зору колекціонера потрапляє те, що не помічає пересічний поціновувач мистецтва, адже він не втягнутий у середовище художнього ринку [38, с. 54]. Мері Розел радить колекціонерам не залишатися у своїй зоні комфорту купуючи роботи в одних і тих самих галеристів, якою б плідною не була ця співпраця, йому необхідно самостійно

відкривати для себе нові галереї та митців, розширюючи свій світогляд. Дилер може лише направляти, навчати та продавати, а не формувати вектор розвитку колекції [29, с. 30].

Отже, покупцю творів мистецтва необхідне повне занурення в систему арт-ринку, адже це дозволить йому прослідковувати рух та положення творів, та вдало проводити пошуки найрідкісніших об'єктів [22, с. 139]. Колекціонеру необхідно особисто відвідувати галереї та художні ярмарки, прослідковуючи рух цін: від оціночної вартості лоті до результатів торгів на аукціонах. А ті, хто збирає сучасне мистецтво також мають відвідувати бієнале та фестивалі, аби знати, яким митцям куратори надають перевагу. Ті колекціонери, що всебічно оточують себе подіями з світу мистецтва отримують набагато більше задоволення від зібрання колекції, ніж ті, хто делегують всі обов'язки арт-дилерам та консультантам. Такі особистості самі стають повноцінними гравцями на ринку та хорошими спеціалістами, які збирають цінні та визначні колекції [29, с. 61].

Окрім дилерів, колекціонери заручаються підтримкою арт-консультантів. Завдяки ним колекціонер може отримати корисні рекомендації, отримати доступ до бажаних творів, отримати корисні знайомства та підвищує репутацію колекціонера-новачка у мистецьких колах. Консультант, на відміну від арт-дилера, може стати нейтральним радником та допомогти колекціонеру стати впевненим та успішним у своїй справі [29, с. 39].

У колекціонуванні творів мистецтва людину найбільше всього приваблює символічна цінність художніх творів. Провенанс картини є її іноді вирішальною характеристикою для того, щоб вона перейшла до колекції. Колекціонери вірять, що річ містить у собі дух попереднього володаря, так само як дар має свою «ману» у первісній общині. Разом із предметом новому володарю передається статус та впливовість попереднього власника, а твори мистецтва, що були частиною колекції відомої людини завжди дорожчі та користуються більшим попитом [38, с. 50]. Окрім провенансу, долю твору визначає його вік, місце походження, по цим критеріям майбутній власник вирішує, «його» це річ,

або ні, в той час як звичайного поціновувача не цікавлять такі деталі як попередній власник або місце походження [5, с. 15]. Завдяки існуванню духа колекціонера у речах, це забезпечує його символічне безсмертя, адже його частинка нескінченно буде передаватися та існувати в процесі обміну [42, с. 94].

Як вже говорилося, колекціонування творів мистецтва має свою специфіку та вимагає особливих знань: знання історії мистецтва, вміння працювати з творами мистецтва, помічати варті уваги об'єкти з-поміж інших, вміння визначати його якість та ідентифікувати історичний та культурний контексти знайденої речі. Для цієї ідентифікації колекціонеру необхідно добре знатися та тій категорії речей, які він має намір знайти, розумітися на їхніх історичних та стильових ознаках, на техніках виконання, технологічних особливостях, ознаках старіння. Особливої важливим для колекціонера, окрім цих зовнішніх характеристик твору є його унікальність та рідкісність. Незважаючи на раціональні критерії відбору творів мистецтва, значний вплив на колекціонера має унікальний емоційний контакт та зв'язок твору мистецтва з власником. Він вступає у діалог з колекціонером шляхом художньої виразності та передачі певного культурного та історичного коду та може впливати на смаки та вектор формування подальшої колекції [22, с. 134].

Об'єкт, який несе в собі вагому символічну цінність та може продаватися за великі гроші має відповідати комплексу вимог, що виправдовують його ціну: твір має тільки дорожчати з часом; він має стати вдалим доповненням вже існуючої колекції та представляти інтерес для інших колекціонерів. Художня цінність та вартість творів мистецтва не завжди збігаються, що створює вдалі умови для придбання твору [22, с. 139].

Що впливає на формування ціни художнього твору? Дилери та аукціонні будинки з легкістю оцінюють твір мистецтва та значно допомагають в цьому колекціонерам, які часто беруть до уваги лише значущу особисто для них символічну цінність. Дилер може переконати колекціонера у тому, що вартість його творів з часом зростає, або навпаки знизити ціну, аби підвищити її в

процесі продажу. Такі методи оцінки не завжди об'єктивні, тому що і аукціони, і дилери є зацікавленими сторонами [29, с. 91–92]. Звернемо увагу на такі об'єктивні фактори, як унікальність та достовірність твору мистецтва. В даному випадку необхідно з'ясувати, чи справді ця робота належить тому чи іншому митцю і чи не є вона підробкою. Складнощі виникають найчастіше із творами старих майстрів, але й деякі сучасні художники можуть претендувати на істинність власного твору та на високу оцінку лише завдяки сертифікату справжності [29, с. 93].

Алан Бамбергер у своїй роботі «Мистецтво купувати мистецтво» детально описує процес взаємодії колекціонера із іншими фігурами на художньому ринку та дає безліч корисних порад колекціонерам новачкам як вибудовувати свою діяльність, аби вона була успішною. Частину дослідження від присвячує порівнянню цінності оригінальних творів мистецтва та їхніх репродукцій або копій, та наголошує, що вартість копій не має ніякого відношення до цінності оригінальних творів мистецтва, що і надає твору мистецтва особливого статусу, адже ні обмежений тираж копій, ані підписані митцем копії не зрівняються із цінністю оригінального твору [39, с. 14].

Наступними критеріями є якість та рідкісність твору мистецтва. Якість твору мистецтва – це її композиція, палітра, технічність виконання. Також найбільш цінними та якісними вважаються твори кульмінаційних періодів творчого шляху художника. Це, наприклад, твори Пікассо його «рожевого» та «блакитного» періодів. Рідкісність твору мистецтва значно підвищує його ціну: це може бути остання прижиттєва робота митця; загублена робота; робота, яка досить довго перебувала у приватній колекції. Наприклад, одна з чотирьох версій картини Едварда Мунка «Крик», яка ще не належала музейному зібранню і єдина з'явилася на ринку, що і викликало до неї бурхливий інтерес [29, с. 95].

Технічний стан твору мистецтва – одна з основоположних рис, за якими оцінюють твір мистецтва. У цьому випадку звертають увагу на пошкодження, якість фарб, наявність реставрації (при цьому ціна значно знижується). Існують

випадки, коли пошкоджені роботи навпаки зростають в ціні, особливо коли вони пов'язані з відомими особистостями або з вандалізмом з боку самого автора [29, с. 98–99].

Останнім та, на нашу думку, найважливішим критерієм визначення ціни твору мистецтва є його історія володіння, виставок, публікацій та походження твору – провенанс, про який ми вже згадували в контексті передання духу володаря разом із твором мистецтва. Факт належності твору відомій особистості значно підвищує ціну твору. Також на ціну впливає те, через чий руки пройшов твір. Можливо, її придбав Поль Дюран-Рюель, Пауль Касіерер або Лео Кастеллі? Чи, можливо, робота перебувала у зібранні Ларрі Гагосяна? Присутність твору на виставках, згадки у літературі та каталогах – все це напряду впливає на ціну та підвищує її [29, с. 100]. Завдяки приналежності картини відомим колекціонерам або меценатам, її статус підвищується та переходить до майбутнього власника – цей об'єкт виділяється у колекції та надає новому власнику могутності та статусу [39, с. 202]. Також до провенансу можна віднести різні перипетії, в які був втягнутий твір мистецтва. Це може бути крадіжка, поява у популярних фільмах та рекламі або якийсь інцидент. Іноді митці самостійно генерують провенанс, аби підвищити інтерес до своїх творів: згадують їх у своїх листах та пов'язують із творами особисті історії. Провенанс значно впливає на ціну твору, тому колекціонеру також необхідно вміти розрізняти сумнівний та неправдивий провенанс від того, що несе у собі справжню цінність та історію [39, с. 203].

2.2. Твори мистецтва як інвестиція

Через значний розрив символічної цінності із ринковою вартістю, колекціонеру необхідно також бути обізнаним із з економічною складовою художнього ринку: слідкувати за попитом та пропозицією, статистикою

продажів, комерційним потенціалом твору мистецтва, вміння не тільки вигідно оформити угоду купівлі-продажу, а й вибудовувати економічну систему всередині колекції та правильно утримувати твір мистецтва у майбутньому. Однак саме в таких ситуаціях колекціонери й заручаються підтримкою арт-дилерів, які добре знають контекст художнього ринку, володіють аналітикою та мають уявлення про стан попиту та пропозиції [22, с. 140]. Значна обізнаність та обачливість колекціонера у процесах на ринку має місце, на нашу думку, коли він веде свою діяльність на первинному ринку та самостійно приймає рішення щодо придбання та підтримки безпосередньо митців, чії роботи, на його погляд, мають інвестиційний потенціал та матимуть високий попит у майбутньому.

Варто зазначити, що твори мистецтва можна віднести до довгострокових інвестицій, адже вони протягом багатьох років здатні бути цінними та вартими придбання. Цінність мистецтва не піддається впливу політичних та економічних криз. Як нам відомо, художньому ринку властива стійкість порівняно з іншими ринками, адже інвестування у твори мистецтва завжди було надійним, завдяки їхній незмінності, унікальності, рідкісності та внеску митця [22, с. 141].

Порівняймо інвестування в арт-активи та в золото. Рівень унікальності арт-активів є надзвичайним, у порівнянні із золотом, а надійність інвестицій залежить від їхнього розміру та має бути не менше 1 млн доларів, в той час як розмір інвестицій в золото не має значення. Твори мистецтва мають меншу реальну прибутковість, в той час як золото може мати нульову або від'ємну прибутковість. Відповідно, золото матиме менші інвестиційні ризики, ніж твори мистецтва. Трансакційні витрати на твори мистецтва складають до 25%, із золотом вони будуть від 3 до 20% [32, с. 40].

Не всі колекціонери зосереджують свою увагу на інвестиційних можливостях творів і колекціонують лише через любов до мистецтва. Колекціонери можуть різнитися від спекулянтів до істинних поціновувачів, але всі вони однаково зацікавлені у пошуках та зібранні творів [39, с. 256]. На

відміну від колекціонера, інвестор розглядає предмет не як частину колекції, а як ринкову вартість. Інвестор не переводить речі в культ і не вбачає у них фетиша, а формує колекцію як фінансовий інструмент та альтернативний спосіб вливання капіталу. Купляючи твори мистецтва колекціонер-інвестор, звісно, керується особистими вподобаннями, але робить це раціонально, адже його необхідно вкласти фінанси в найбільш рідкісні, дорогі та досить ліквідні предмети колекціонування із мінімальними витратами, але із отриманням максимальної вигоди у майбутньому. Для інвестора найвищою цінністю є не самі твори, а можливість зберігати та збільшувати власний капітал – саме цей аспект є головною цінністю та зазнає фетишизації [23, с. 46–47]. Однак нам також не варто демонізувати фігуру інвестора та необхідно згадати, що кожен успішний колекціонер свого роду інвестор. Його професіоналізм полягає у тому, що він зберігає баланс між любов'ю до предметів та детальним розрахунком і селекцією, не допускаючи у свою колекцію об'єкти, що буде важко продати та ті, що викликають сумніви щодо їхньої автентичності або провенансу [23, с. 48].

Предмети мистецтва характеризуються низькою ліквідністю в порівнянні з будь-якими альтернативними інвестиційними ринками [11, с. 110]. Тим більш, твори мистецтва не є одразу ліквідним активом, адже творам мистецтва необхідний час (місяці або роки), аби зрости у ціні та знайти свого покупця [39, с. 257]. Через непрозорість ринку творів мистецтва, гнучкість умов оцінки та продажу творів також він характеризується високою волатильністю³, невисокою прибутковістю та високими ризиками [9, с. 96]. Економісти оцінюють швидкість продажу картин в середньому від п'яти до семи років. Після шести років перебування творів на ринку, частка непроданих картин значно зменшується, а ті, що залишилися, продаються ще повільніше [9, с. 105–106].

³ Волатильність (Мінливість, англ. Volatility) – це статистичний показник, що характеризує тенденцію мінливості ціни.

Головне, що приваблює людей в інвестуванні у твори мистецтва, це те, що ціна на них зростає з часом. Але на ньому все одно важко заробити, адже комісія під час продажу творів на аукціоні досить високою: від п'ятнадцяти до тридцяти п'яти відсотків; під час купівлі на аукціоні комісія становить від десяти до двадцяти відсотків, а при продажі та купівлі творів через галерею, комісія зростає до шістдесяти відсотків [39, с. 261]. Звідси випливає, що зростання ціни на твір мистецтва не гарантує прибуток при його продажі, адже практично всі отримані кошти будуть витрачені на комісійні. Окрім цього, значно зростають у ціні найчастіше лише твори всесвітньо відомих митців, які постійно перебувають на перших рядках ресурсів про мистецтво. Тому, не кожен твір мистецтва спіткає схожа доля, тому колекціонерам-новачкам не варто сподіватися, що будь-який твір у його колекції в майбутньому принесе йому великий прибуток [39, с. 263].

Також окремих витрат потребує «вартість володіння» картиною, а саме: витрати на страхування, охорону, транспортування, збереження та реставрацію арт-активів. У цьому виді інвестування вартість володіння предметами мистецтва не компенсується прибутком від їх експлуатації, як, наприклад, у нерухомості, а прибутки від їхньої появи на виставках не є регулярними та є значно нижчими за вартість їхнього утримання [11, с. 113].

Інвестування в арт-активи є досить ризикованим явищем. Ці ризики полягають у неможливості отримати прибуток від продажу картини, що буде перевищувати її початкову ціну. Також існує високий ризик пошкодження або втрати початкових властивостей твору, як з технічної точки зору, так і з символічної (наприклад, пошкодження важливих концептуальних складових твору, без яких він не може сприйматися як твір мистецтва та повністю втрачає свою ліквідність). Ризик крадіжки твору вимагає великих витрат на страхування [32, с. 36–38].

Але ті колекціонери, які можуть дозволити собі купувати найкращі твори на арт-ринку, отримують від них найвищі дивіденди, навіть якщо вони не купували їх задля багатства. Досвідчені колекціонери, що довго слідкують за

процесами на ринку та економічними змінами, з легкістю вирізняють роботи із високим інвестиційним потенціалом. Такі особистості здатні навіть серед молодих митців віднайти найбільш потенційних та відібрати недооцінені роботи на вторинному ринку [29, с. 224–225]. Саме на вторинному ринку попит на твори мистецтва розглядається як попит на інвестиційний товар, в той час як на первинному ринку твори мистецтва користуються попитом споживчого товару, що ми розглядали у попередній роботі [32, с. 35].

Співпраця та взаємодія гравців художнього ринку спонукає до колективного інвестування: групи дилерів, колекціонери та інші зацікавлені фігури (наприклад, художники) об'єднують свої ресурси з метою спільного придбання творів, аби в подальшому продати їх та розділити прибуток. Завдяки зосередженню експертів по художньому ринку в одному інвестиційному проекті, зменшуються витрати на сторонніх спеціалістів, на яких необхідно витрачати значну частину свого прибутку. Іноді, аби уникнути великого відсотку комісійних від художніх галерей, колекціонери інвестують безпосередньо в галерею, яка купує на вторинному ринку нові твори, розвиває свій бізнес та розробляє каталоги, а річний прибуток розділяється між інвесторами, або відбувається розподіл прав на твори митців, яких представляє галерея. Завдяки таким інвестиціям колекціонер «купує» собі можливість мати першочерговий доступ до найбільш затребуваних митців галереї [29, с. 226–227].

Колективні інвестиції утворили передумови для розвитку сфери арт-фондів. Вона створена по принципу об'єднання приватних капіталів у фонди, що очолюються професіоналами, які мають відповідні знання та доступ на художній ринок [11, с. 112]. Першим та успішним прикладом арт-фонду є арт-клуб *Reau de l'Ours* («Медвежа шкура») в Парижі, заснований у 1904 році. Його члени придбали близько ста робіт сучасних митців, та через деякий час були продані на аукціоні «*Hotel Drouot*» та перевершили свою початкову вартість в чотири рази. Наступним успішним прикладом став створений у 70-х рр.

XX століття став фонд The British Rail Pension Fund, який в наступі 25 років приніс 11,9% прибутку [29, с. 229].

Науковці, що займаються дослідженням економіки художнього ринку проводять порівняльну характеристику інвестування в полотна митців різних періодів або рівня їхньої популярності. До цього розподілу також можна вжити загальноприйняту аукціонами класифікацію: «Старі майстри» (до 1760 р. нар.), «Імпресіонізм», «Мистецтво модерну» (1860–1920 рр. нар.), «Повоєнне мистецтво» (1921–1945 рр. нар.), «Сучасне мистецтво» (митці молодші 1945 р. нар.) [9, с. 100].

Наприклад, доктор економічних наук А. Н.Сухарєв спостерігає, що полотна «старих майстрів» практично відсутні на ринку та з'являються на ньому зрідка на визначних аукціонах та самі по собі створюють яскраву подію у світі мистецтва, одразу із високою вартістю, адже переважна більшість вже давно знаходяться у національних галереях або у приватних колекціях. Інвестиційні ризики практично відсутні, ціна зростатиме, а подальший перепродаж – гарантований, ліквідність – висока. Твори відомих митців останніх століть періодично з'являються на ринку за мільйони та сотні тисяч доларів, та також являють собою яскраву подію в стінах провідних аукціонних будинках. Інвестиційні ризики невисокі, прибутковість передбачена, але ліквідність ближча до низького рівня. Твори молодих та маловідомих митців мають найбільш хитке положення на ринку. Художнє середовище заповнене ними, ціна сягає декількох тисяч доларів. Твори часто з'являються на локальних аукціонах та виставках, але їх придбання характеризується високими ризиками та практично нульовою ліквідністю. Однак при правильному виборі маловідомий митець може у майбутньому принести значний прибуток, тому це може бути вдала, але ризикована інвестиція [32, с. 39].

Виходячи з цих даних, ми бачимо, що ринок перенасичений творами сучасних митців, та далеко не всі мають позитивні перспективи закріпитися на художньому ринку. Але беззаперечно те, що ці твори формують клімат на сучасному арт-ринку та все одно приваблюють інвесторів та колекціонерів.

Нам необхідно розглянути тих колекціонерів минулого, які зосередилися на своїх сучасниках і повірили в них та побачити, якими прийомами вони користувалися (та які з них наразі стали взірцями для багатьох колекціонерів творів мистецтва по всьому світу). Це дасть нам можливість виділити позитивні приклади того, як ризик стає запорукою успіху, а сучасне мистецтво – рушійною силою арт-ринку.

Висновки до розділу II

У цьому розділі ми розглянули особливий тип колекціонера творів мистецтва, який має такі характерні риси: це поціновувач мистецтва, який занурений в систему художнього ринку та перебуває в активній взаємодії із іншими гравцями на ринку. Колекціонерам важливо брати активну участь в процесах на ринку, слідкувати за результатами на аукціонах та за цінами у галереях. Можемо сказати, що успішність колекціонера залежить від рівня його залученості у процеси художнього ринку та глибини зацікавленості у пізнанні світу мистецтва.

Ми звернули увагу на те, що приваблює колекціонера у творах мистецтва – емоційний внесок, символічне безсмертя в творах своєї колекції, походження творів та можливість наблизитися до митців особисто, або до привілейованих кіл художнього ринку. Також ми виділили символічні характеристики, що впливають на ціну твору, а також методи оцінки творів мистецтва – унікальність, технічні якості, періодизація творчості митця, розміри тощо.

Ми розглянути колекціонування творів мистецтва як інвестицію, та виділили переваги і недоліки цього способу урізноманітнення інвестиційного портфеля. Інвестування в твори мистецтва, як ми з'ясували, характеризується низькою ліквідністю, невеликими прибутком, високими ризиками, зростанням цін, та високою вартістю утримання творів мистецтва. Художній ринок в свою чергу, ми охарактеризували як непрозоре середовище із високою волатильністю. Також ми дійшли до висновку, що колекціонування ніколи не повинно мотивуватися тільки грошима та прагненням отримати прибуток, а й високою зацікавленістю у мистецтві.

Ми розглянули колективне інвестування у формі арт-фондів та порівняли інвестиційний потенціал творів митців різних періодів – від «Старих майстрів» до «Сучасного мистецтва» та побачили, що твори сучасного мистецтва знаходяться на передових позиціях на художньому ринку та мають великий потенціал, незважаючи на високі ризики та надзвичайно низьку ліквідність.

РОЗДІЛ 3. КОЛЕКЦІОНУВАННЯ ТВОРІВ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА: РЕТРОСПЕКТИВА ТА СУЧАСНИЙ СТАН

3.1. Чому колекціонують сучасне мистецтво?

Одним із найприємніших аспектів колекціонування молодих митців є те, що це дає можливість особисто наблизитися до митця та спостерігати за його кар'єрою, організовувати для нього персональні виставки, та робити перші успіхи на аукціонах. Також колекціонування молодих митців дає можливість відчувати себе покровителем та провідником митця в світ мистецтва [45].

Колекціонери сучасного мистецтва Мера і Дон Рабелл діляться, що найбільше задоволення їм приносить можливість стати першими колекціонерами, що відвідають майстерню митця, стануть першими покупцями, першими творцями персональної виставки. За їх словами, спілкування з молодими митцями очищує, а покупка твору грає роль в житті людини, у формуванні її репутації та у побудові тісного зв'язку між художником та покупцем [34, с. 51]. При покупці твору молодого митця варто звертати увагу радше не на його майстерність, а на його особистість [34, с. 53].

Колекціонування робіт одного майстра, що належать до різних періодів його творчості називають вертикальним колекціонуванням. Прикладом такої методики є колекція Жана Пігоцці, який збирав роботи молодих митців, складаючи їх в окрему серію. Так він отримав можливість урізноманітнити свою колекцію, підтримати художників, придбати роботи за невисоку ціну та збільшити свій інвестиційний потенціал [29, с. 23].

Також можливість купувати твори своїх сучасників дає можливість напряму впливати на цінність творів та формувати їхній провенанс. У даному випадку колекціонеру необхідно з'ясувати, чи були у митця вже виставки, хто

же володіє їх творами та як ціни та їх роботи співвідносяться з роботами їхніх колег [29, с. 60].

Ще однією перевагою колекціонування творів сучасних митців є низька ціна, доступність та присутність на ринку у великій кількості [45].

Колекціонери, що надають перевагу творам, створеним після 80-х років ХХ століття, називають їх мистецтво, що народжується. Термін «авангард» вже не міг сповна описати його прояви, а поява терміну «мистецтво, що народжується» відповідала сучасним умовам, в яких ринковий потенціал твору є важливішим за його авангардні експериментальні характеристики. Разом із цим, зник й лінійний опис історії мистецтв, де провідні художники очолювали певні течії, замість цього успіх кожного митця визначається окремо, незалежно від приналежності до групи або течії [34, с. 51]. Дедалі більше колекціонерів надають перевагу мистецтву, що народжується, адже воно допомагає продовжити молодість та зробити емоційний внесок в життя художника [34, с. 60].

Найбільшу зацікавленість на ринку викликають живі митці, ніж ті, хто вже завершив свою кар'єру або спочив через те, що продовжують поставляти твори на ринок. У випадку з старими художниками, кількість їхніх творів обмежена, та може оцінюватися не так, як нове мистецтво, що постійно збільшується у кількості. Наприклад, при купівлі твору митця, який завершив свою роботу, кількість робіт зменшується, в той час як митець, що активно працює, урівноважує кількість творів після їхнього продажу і вона залишається незмінною, або зростає. Результатом є те, що за твори старих митців колекціонерам необхідно змагатися, а на твори молодих митців потрібно очікувати або безпосередньо від автора, або знаходячись у списках очікування галерей [39, с. 265–266]. Феномен листів очікування притаманний винятково ринку творів сучасного мистецтва.

Зростання цін на твори старих митців обумовлене зменшенням пропозиції та підвищенням конкуренції, в той час як ціни на твори молодих сучасних митців стабільніші, через те, що пропозиція залишається незмінною.

Наприкінці їхньої кар'єри ціни на твори сучасних художників можуть коливатися у ціні значніше та зазнавати різких зростань, а конкуренція на ранні роботи збільшується. Із закінченням кар'єри митця його твори автоматично стають предметом дефіциту [39, с. 266–267].

Розглянемо успішні приклади тих колекціонерів, які ризикнули стати на сторону молодих митців та вкладати свої ресурси у мистецтво із потенціалом на майбутнє. Доцільним буде розглянути різні методики роботи видатних колекціонерів минулого століття та з'ясувати, чому вони надали перевагу своїм сучасникам, як вони їх підтримували та просували.

3.2. Видатні колекціонери творів сучасного мистецтва

Почнемо огляд видатних колекціонерів творів мистецтва з тих, хто підтримував та купляв твори імпресіоністів, адже це, на нашу думку, є логічним продовженням нашого попереднього дослідження. Ми вже дослідили, хто продавав твори імпресіоністів та відкрив їх світу, але ми не звернули увагу на те, хто їх купляв.

Як ми вже знаємо, не всі імпресіоністи, відповідно до загальноприйнятої думки, жили у бідності. Альфред Сіслей, Берта Морізо, Поль Сезанн, Густав Кайботт мали достатньо ресурсів для існування та вони майже не залежали від продажу своїх картин. На відміну від них, П'єр-Август Ренуар, Клод Моне і Каміль Піссаро забезпечували свої сім'ї тільки продаючи свої картини та походили з робочого класу. Таким чином, колекціонери, які неодноразово купували їх полотна, були надзвичайно важливими постатями у життях митців. Індустріальне суспільство виробило новий тип колекціонера – self-made бізнесмен, який звернувся до сучасного мистецтва через небажання асоціювати себе з аристократією, яка збирала «високе» мистецтво. Новий клас

колекціонерів складався як із поціновувачів салону, так і з поціновувачів авангарду.

Наприклад, Жан-Батист Фор проживав у серці Парижа на бульварі Осман неподалік від опери Гарньє, та влаштував у своїй квартирі галерею для всіх охочих. У 1872 році він придбав свою першу картину в стилі імпресіонізм «Оперний проїзд в Парижі (Ефект снігу)» Піссаро, яку Поль Дюран-Рюель придбав у митця за раніше. Також Фор став першим патроном Мане, придбавши у 1873 році у Дюран-Рюеля декілька полотен за десять тисяч франків (митцю дилер заплатив 3800 франків). Згодом він став найбільшим колекціонером Мане, розширивши свою колекцію до шістдесяти семи картин. Моне також зацікавив колекціонера: він придбав близько шістдесяти картин митця, включаючи «Бульвар Капуцинок».

Ще одним поціновувачем Моне був Ернест Хошеде, власник універмагу, який також мешкав на бульварі Осман. Він був клієнтом Дюран-Рюеля з 1873 року та купував роботи із метою інвестицій та прибутку. Також він був найбільшим кредитором Третьої виставки імпресіоністів 1877 року, а після банкрутства та розпродажу колекції на аукціоні був також відомий як «патрон імпресіоністів» [44, с. 29–31].

Ще одним визначним паризьким колекціонером став Віктор Шоке, який також був одним з перших поціновувачів творів в стилі імпресіонізм. Незважаючи на власне скрутне фінансове становище, йому вдалося зібрати непогану колекцію імпресіоністів. Розширювати свою колекцію мотивував статус першовідкривача, а відсутність коштів підштовхувала до ретельних пошуків найдешевших шедеврів [35, с. 336]. Ренуар називав Шоке «найвеличнішим французьким колекціонером після королів, і мабуть, навіть після пап у всьому світі!». Шоке славився здатністю звертати увагу на найбільш рідкісні екземпляри, а його колекція оцінювалася досить високо, у тому випадку, якщо він хотів би на ній заробити [28].

За океаном найвизначнішу колекцію французького імпресіонізму мало подружжя Хейвмейєрів, яку вони розширили завдяки співпраці з Поль Дюран-

Рюелем. Їхню колекцію також часто пов'язують з постаттю Марі Кассат – художницею-емігранткою з Франції, яку пані Хейвмейєр називала хрещеною матір'ю їхньої колекції. На сьогоднішній день нам відомо, що колекція містила картини Каміля Коро, портрети Курбе, Мане, картини, пастелі та скульптури Дега, натюрморти та пейзажі Сезанна та визначні полотна Моне. Справжня широта колекції родини маловідома, адже вона розкидана по музеях і приватних колекціях по всьому світу, але переважна більшість зосереджена у музеї Метрополітан у Нью-Йорку [40, с. 3]. В Америці через особливості оподаткування колекції вигідним було заповідати колекції публічним музеям, які збагачували свої колекції завдяки щедрості комерсантів. З боку колекціонерів, віддавати колекції музеям означало отримати безсмертя серед своїх шедеврів [35, с. 336].

Основним мотивом для заснування колекцію слугувало ніщо інше як насолода та повага до роботи митця. Вони любили мистецтво, добре знали на ньому і тому купували його, аби жити поряд із ним [40, с. 4]. Вони стали першими, хто змістили фокус з американських митців та зосередилися на європейському мистецтві [40, с. 7]. Поль Дюран-Рюель скористався зростаючим інтересом до французьких митців, та у спробах вирватися із скрутного фінансового положення, надіслав 264 полотна до Американської Спілки Мистецтв з метою створення виставки у 1886 році. Ця виставка мала надзвичайний вплив на формування колекції Хейвмейєрів: вона відкрила їм широкий спектр імпресіоністичного мистецтва та познайомила їх з визначним маршаном [40, с. 8].

Колекція Хейвмейєра вирізняється з-поміж колекцій його сучасників, оскільки в ній були присутні великі групи робіт митців від Гої до Дега. В цей період майже всі магнати купували твори мистецтва. Деякі з них, наприклад бізнесмен з Чикаго Потер Палмер колекціонували задля просування себе у суспільстві, розміщували твори мистецтва у своєму будинку для споглядання всіма бажаючими. Інші, такі як бізнесмени Морган та Вільям Герст, колекціонували, аби продемонструвати свою могутність. Такі підприємці як

Чарльз Ленг Фрір, Генрі Клей Фрік купували твори помірковано, у співпраці з арт-консультантами, аби продемонструвати свою ерудованість та хороший смак. Колекція Хейвмейєрів не така різноманітна, яка у вищезгаданих колекціонерів, але вона набагато більше систематизована та поміркована. Їм вдалося відібрати митців, які згодом стали вважатися великими митцями. Вони вдало поєднували голландський та іспанський живопис із сучасним французьким живописом. В період після смерті Генрі Хеймєєра (1907) до смерті його дружини Луїзи (1929) їхня колекція вважалася найважливішою колекцією такого типу у світі. Колекціонер Альберт Барнс описує їхню колекцію так: «це найбільш обширна та найбільш поміркована колекція у світі. Там не так багато старих майстрів, але вони компенсуються зібранням творів митців після 1860 року, французів, які створили найвизначніший рух в історії мистецтва...» [40, с. 52].

Ми можемо спостерігати, що із формуванням нового типу відносин на художньому ринку та виокремленні маршанів-патронів, виділився й новий тип колекціонера, який відповідав новим умовам на ринку. Це був колекціонер-патрон або колекціонер-комерсант, який також прагнув стати першовідкривачем або прославитися через заснування власної колекції. Хошеде і Фор були прикладами типових французьких колекціонерів: заможні чоловіки, які розглядали придбання творів у стилі імпресіонізм як інвестицію, обидва—спекулянти, які збирали маловідомих митців та згодом продавали їх за великі кошти [44, с. 32]. На відміну від них, подружжя Хейвмейєрів розширювало свою колекцію із суто естетичних міркувань та з любові до мистецтва та не прагнули отримувати з неї вигоду.

Шанувальниками сучасного вітчизняного мистецтва стали брати Павло та Сергій Третьякови – представники російського купецтва, які також будучи заможними звернулися до соціокультурної активності колекціонування, а мотивацією стала відсутність національної художньої галереї російського мистецтва. Формування живописних колекцій братами можна розглянути як реалізацію бажання надати допомогу та підтримку вітчизняній рисувальній

школі та прагнення отримати престиж через володіння творами мистецтва [8, с. 127].

Третьяков-молодший, Павло, як і більшість колекціонерів, починали колекціонування творів мистецтва з робіт «старих майстрів», але через відсутність глибоких знань в історії мистецтва зосередився на тому, що йому ближче та зрозуміліше – на роботах сучасних російських митців [24]. Звідси й походить його прагнення купувати роботи безпосередньо у митця та володіти роботами з «чистим» провенансом [33, с. 366].

Метою його колекціонерської діяльності було утворення суспільного музею національного мистецтва, матеріальна підтримка митців та допомога нужденним. В основі його діяльності лежала вимогливість, прямота, обачливість. Він торгувався за роботи та шукав найдешевші з метою зібрати якомога більше творів, представити російських художників загалу сповна [24]. Іноді він купував роботи, які не відповідають його естетичним вподобанням, але заради представлення нових імен та яскравих робіт у своїй колекції [33, с. 367]. Завдяки чесній та поміркованій співпраці Третьякова та митців він був поза конкуренцією із іншими колекціонерами, та мав дружні зв'язки з Крамським, Рєпіним, Перовим, Ярошенко, Полєновим, Суріковим та іншими. Саме він виділив у тогочасному сучасному мистецтві найбільш потенційний рух передвижників, чиї твори склали ядро його колекції [24].

На відміну від Третьякових, послідовниками їхньої справи в Російській Імперії стали поціновувачі французького та авангардного мистецтва Іван Морозов та Сергій Щукін, які стали добре відомими і за кордоном, та ризикнули купувати французьке мистецтво та значно вплинули на розвиток російського авангарду, відкривши російському суспільству Матісса, Пікассо, Гогена та Сезанна [20].

Сергій Щукін став повноцінним учасником паризького художнього ринку та сформував унікальну колекцію, яка відрізнялася від інших стрімкою динамікою розвитку, витонченим смаком та свіжим поглядом на актуальне мистецтво, виходом на рамки та загальноприйняті норми [27, с. 213].

Починаючи з 1887 року він почав купувати твори європейських митців і за короткий час став улюбленим клієнтом паризьких галеристів. У 1897–1906 рр. Щукін почав купувати картини імпресіоністів, а у 1906–1914 рр. – постімпресіоністів, і, таким чином, колекція Сергія Щукіна охоплює найважливіші художні течії кін. XIX – поч. XX століть, від імпресіонізму до кубізму [22, с. 102].

Формуванню колекції також сприяла співпраця із Полем Дюран-Рюелем, який вже до цього часу вибудував імідж митців-новаторів на ринку та створив свій власний образ дилера-просвітника та патрона [27, с. 214]. Загалом, протягом 1890-х років на паризькому художньому ринку збільшилася кількість закордонних колекціонерів та шанувальників «нового мистецтва», що прийшли на зміну першовідкривачам імпресіонізму. Перші колекціонери творів імпресіоністів поступово продавали свої колекції, формуючи нові кордони ринку сучасного мистецтва. Паризька громада колекціонерів та арт-дилерів сформувалася здебільшого завдяки дружнім зв'язкам першого покоління поціновувачів та збирачів передового мистецтва і була замкненою всередині національної культури та вузького кола наближених до мистецького середовища [27, с. 215–217].

Таким чином, ніша поступово звільнялася для нового типу колекціонерів, які продовжили традицію своїх попередників, але й впровадили низку новацій. Сергію Щукіну вдалося підхопити нові течії та активно скуповувати картини із легендарних зібрань, налагоджувати контакти з митцями [27, с. 217]. Новий тип колекціонера – це, переважно вихідці з кіл підприємців, які тягнулися до Парижа з США, Англії, Німеччини та Російської Імперії, де вже сформована художня інфраструктура та умови на арт-ринку могла вдовольнити поціновувачів «нового» мистецтва [27, с. 219]. Відбувалося поєднання нових діячів на ринку зі статусними дилерами, на кшталт Дюран-Рюеля, Амбруаза Воллара та Ежена Дрюе, які могли поділитися своєю експертизою для презентації сучасного мистецтва новаторськими методами у формі виставок, публікацій [27, с. 220].

Найголовнішим фактором для відбору картин у колекцію була швидкість емоційного відголосу та уважність до власних реакцій [27, с. 221]. С. І. Щукіну вдалося створити особливе поєднання імпресіоністів та молодих митців, представників неоімпресіонізму, фовізму, кубізму, організувавши їх у своєрідні ансамблі. Також характерною рисою нового покоління колекціонерів було прагнення досягти резонансу у суспільстві через свою колекцію та надання колекції музейного статусу [27, с. 224].

Судячи з основних мотивів зібрання колекції Щукіним ми можемо порівняти його діяльність з вже згадуваними американськими колекціонерами Генрі і Луїзою Хейвмейєрами. Вони вдало поєднували твори мистецтва різних періодів, обидва були іноземцями, яких зацікавило європейське мистецтво та вони були тими, хто отримав доступ до найвеличніших творів завдяки Полю Дюран-Рюєлю. У колег було прагнення створити колекцію музейного типу виходячи винятково з власних естетичних вподобань та почуттів. Ймовірно, що Щукін міг надихнутися масштабом та динамічністю їхніх колекцій для створення своєї власної [27, с. 226].

Сергій Іванович не нехтував розширенням кола знайомств в процесі формування колекції. Особливе значення для колекціонера мало знайомство з родиною Стайнів (Гертруда і Лео, Майкл і Сара) та дружба з Анрі Матіссом. Конкуренція зі Стайнми мала велике значення для Щукіна, адже ядром колекції Стайнів були полотна Пікассо та Матісса. Також він перейняв у Лео Стайна підхід до вибору та придбання робіт, до розташування робіт, укладання серій [22, с. 141]. Саме у Стайнів Щукін перейняв інтерес до творів Анрі Матісса, а з 1907 року він став його патроном, обійшовши у цій справі Стайнів [27, с. 227]. Згодом стіни його маєтку у Москві прикрашали картини «Танець» та «Музика», написана на його замовлення [22, с. 141].

Колега Сергія Івановича Щукіна – Іван Абрамович Морозов також був шанувальником нового мистецтва. Вони мають дуже багато спільного у своїй діяльності, але ще більше – відмінностей та особливостей відбору картин та укладання колекції. Вони обидва були достатньо сміливими, аби привозити на

батьківщину раніше небачене мистецтво без стійкої репутації. Їхні колекції спільні також і по іменам, які у них зустрічаються, але зі значними сюжетними та кількісними розбіжностями [18].

Найголовнішою особливістю методики укладання колекції Морозовим був стратегічний та виважений підхід. Він чітко розумів, який твір йому необхідний. Існують згадки про те, що як Морозов залишав на стінах вільні місця для конкретних картин: «я бачу тут блакитного Сезанна», – пояснював купець, та згодом там неодмінно з'являлось бажане полотно. Він завжди мав образ ідеального полотна та ідеальний образ колекції та готовий був витратити багато ресурсів на пошуки [19].

Морозов захоплювався Сіслеєм, Гогеном, Ван Гогом і, звісно, Матіссом. Іван Абрамович був набагато більш перебірливим: в нього було лише 11 Матиссів, а Пікассо – лише три полотна, але яких: «Арлекін і його подружка», «Дівчинка на шарі», продана йому Гертрудою Стайн та «Портрет Амбруаза Воллара» [19]. Отже, Іван Морозов із надзвичайною влучністю відбирав собі картини у колекцію, витрачаючи свою енергію не на кількісне накопичення, а зосередився винятково на якості та характері колекції.

Також характерною рисою Морозова була її закритість для громадськості [19]. Він допускав до колекції своїх друзів-митців та консультантів: Валентина Серова, Сергія Виноградова, Ігора Грабара, Сергія Маковського і Якова Тугенхольда. І, беззастережно, він співпрацював з провідними паризькими маршанами – Амбруазом Волларом, Полем Дюран-Рюелем, Бернхеймами та Анрі Канвелером. Щорічно колекціонер виділяв на придбання картин від 200 до 300 тисяч франків [22, с. 105].

Гертруда Стайн, про яку ми вже згадували, разом зі своїм братом Лео стали ще одними американцями у Парижі, які зайняли провідні позиції у колекціонуванні авангардних митців. Родина Стайнів – Майкл та його дружина Сара, Лео та Гертруда були американцями німецько-єврейського походження. Гертруда була нерозлучною із братом Лео протягом всього життя, та слідувала за ним практично всюди, від вибору освіти до захоплень, і так само їй

передалось і захоплення колекціонуванням творів сучасного мистецтва, яким зайнявся Лео після переїзду до Парижа у 1903 році. Однією з причин, чому Лео звернувся до колекціонування сучасного мистецтва була відсутність коштів на роботи старих майстрів, але його надзвичайно приваблювала думка про те, що можна володіти творами мистецтва, не будучи багатієм. Колекція сучасного мистецтва почалася з робіт Сезанна, якого Лео та Гетруді відкрив Амбруаз Воллар. У колекціонуванні Лео прагнув бути оригінальним, адже не бачив сенсу у придбанні загальноприйнятих шедеврів та бачив сенс збирати тільки те, що не потрапило в поле зору інших або те, що не схвалювалося суспільством. Саме завдяки своїй сміливості, безкомпромісності та пошуку талантів йому вдалося стати одним з покровителів модернізму [18].

Разом з Гертрудою Лео відкрили спільний салон на вулиці Фльорюс, який нагадував перший музей сучасного мистецтва та також став місцем зустрічі митців, критиків, колекціонерів та меценатів. Завдяки своїй психологічній освіті, Гертруді вдавалося із великою чуйністю знаходити справжні шедеври у свою колекцію, та могла бачити майбутній потенціал творів. Для великої кількості митців, завдяки залученню творів у свою колекцію, вона скласти позитивну репутацію, стати радницею, другом та покровителькою. Вона завжди прагнула лише «нових облич» та охоче вишуквала їх [10].

Першим, хто потрапив під патронаж Стайнів, став Анрі Матісс, над яким у той період лише насміхалися та не давали розвиватися. Гетруда високо оцінила картину Матісса «Жінка в капелюсі» на осінньому салоні 1905 року. Відтоді почалася їхня тісна співпраця та розширення колекції. З того часу колекція Стайнів стала однією із точок тяжіння у місті та не мала собі подібних у своїй різноманітності: Гоген, Сезанн, Мане, Ель Греко, Ренуар, Пікассо [2, с. 55]. В подальшому, найбільше зібрання колекції Матісса відійшло до Сари та Майкла Стайнів, а Сара стала його ученицею та активно пропагувала його мистецтво [2, с. 62]. Незважаючи на насмішки французів над ексцентричним мистецтвом Матісса, Стайни стали його першовідкривачами та

завдяки ним лідер фовістів став найбільш обговорюваним художником Парижа [18].

Гертруда ж залишалася вірною поціновувачкою творчості Пікассо: при знайомстві із митцем вона придбала в нього робіт на вісімсот франків, що в двадцять разів перевищувало його місячний прибуток. Гертруда безперервно підтримувала та просувала Пікассо навіть тоді, коли Лео не прийняв його кубізм та відійшов від справ [2, с. 58–59]. Щодо відбору картин у колекцію, Гертруда не мала чітких критеріїв оцінки художнього рівня картини, але її уваги завжди заслуговували картини, написані олійними фарбами. Нею керувала природня інтуїція та погляд митця. також ймовірно, що Гертруда прийняла кубізм через те, що не була обмежена рамками концепцій образотворчого мистецтва, а була лише поміркованою шанувальницею живопису [2, с. 63–65].

Отже, ми можемо сказати, що спільним та характерним для родини Стайнів була висока прихильність та прагнення відкривати та просувати авангардне мистецтво. Однак, кожен з них, мали свої особливі принципи роботи. Наприклад, Лео мав художню освіту та досить критично ставився до творів, що перебувають на ринку, він вважав себе патроном та шукачем талантів, але тоді, коли імена митців ставали загальновідомими, він не бачив сенсу більше возвеличувати їх та відходив від справ. Гертруда, натомість, була вірною покровителькою митців протягом всього їхнього життя. Також вона надавала перевагу іспанським художникам, адже тільки вони, на її думку, могли сповна розкрити кубізм [2, с. 63]. Майкл та Сара Стайн стали в результаті патронами Матісса та високо оцінили його майстерність. Цій родині вдалося поєднати свій високий інтерес першовідкривачів з традиціями французького арт-ринку, перетворивши свої резиденції на постійно діючі осередки сучасного мистецтва та зібрань паризької богемі [27, с. 226].

Ще однією визначною родиною колекціонерів, яка, на нашу думку, є повною протилежністю родини Стайнів, на початку та в середині XX століття стали американські меценати єврейського походження Гугенхайми. Соломон

Гуттенхайм захопився колекціонуванням старих майстрів вже у 1890-х роках, але у 1919 році залишив бізнес та повністю присвятив себе колекціонуванню. Саме у 1920-х він звернув увагу на сучасне мистецтво, після знайомства з німецькою мисткинею баронессою Хільдою фон Рібей. Завдяки цьому знайомству він потрапив у студію Василя Кандинського у Німеччині та придбав більше ніж 150 картин. До 1939 року твори таких сучасних митців як Рудольф Бауер, Марк Шагал, Фернан Леже і Ласло Могой-Надь практично витіснили роботи старих майстрів із колекції. Розміри колекції були вражаючими, та Соломон вирішив заснувати у 1937 році Фонд свого імені, а трохи згодом й музей сучасного мистецтва, аби представити його публіці [31].

Він заснував Музей безпредметного живопису у 1939 році, а вже на початку 40-х виникла необхідність побудови постійної будівлі для багатой колекції, яка містили у собі роботи європейських модерністів від Пікассо і Модільяні до Міро і Клее [36, с. 272]. Окрім цього, Соломон став покровителем для багатьох сучасних митців протягом Другої світової війни, надавав стипендії молодим митцям та надавав фінансову допомогу біженцям. Важко оцінити масштаби колекції Соломона Гуттенхайма, адже лише у 1948 році він придбав 730 творів мистецтва, зокрема німецьких експресіоністів. Відтак, колекцію музею сучасного мистецтва поповнили твори в стилі експресіонізм та сюрреалізм [31].

Петті Гуттенхайм була племінницею Соломона та також активно займалася колекціонуванням сучасного мистецтва та досягла успіхів у цій справі, уклавши масштабну колекцію. У своїй автобіографії «На піку століття. Сповідь одержимої мистецтвом» окрім детального опису перипетій у своєму особистому житті, вона надає історію свого життя як колекціонерки сучасного мистецтва, розповіді своєї взаємодії з митцями, консультантами та дилерами.

Вона пояснює мотиви своєї діяльності так: в молоді роки колекціонування для неї було спричинене пристрастю, завдяки якій вона знала, де у Європі зберігається необхідна їй картина то готова була відправлятися на її пошуки. Вона мала численних консультантів, які допомагали їй у вивченні

мистецтва та бачили у ній колекціонерський потенціал [12, с. 24]. Пеггі зізнається, що навіть незважаючи на те, що вона відкрила галерею сучасного мистецтва, вона надавала перевагу старим майстрам та майже не розбиралась у сучасному мистецтві. Але її майбутній друг, Марсель Дюшан пояснив їй різницю між абстракціонізмом, познайомив з митцями, склав для неї план виставок та став її провідником у світ модернізму [12, с. 108–109]. Довгий час Пеггі купувала твори нерішуче, адже не знала, як ще можна підтримати митців, а покупка хоча б одного твору з виставки відбувалася з міркувань, аби не розчаровувати митців [12, с. 111].

Напередодні Другої світової війни була поставлена мета відкрити музей сучасного мистецтва, і тому Пеггі стала цілеспрямовано скуповувати картини та скульптури: мінімум по одній в день. У Парижі панувала думка, що пані Гуттенхайм готова скупляти все, що потрапляє в її поле зору. Відтак, до неї особисто приходили дилери та приносили їй картини на продаж [12, с. 135]. Також вона готова була купляти картини митців, які їй не подобалися, лише заради присутності імені митця у її колекції [12, с. 137]. Колекція була багата на полотна модерністів – Кандинського, Клее, Жоржа Брака, Мондріана, Міро, Макса Ернста, де Кіріко, Тангі, Далі, Магрітта, скульптури Бранкузі, Ліпшица, Певзнера та інших [12, с. 140]. В 50-х роках колекціонерка розчарувалась в тогочасному актуальному мистецтві, та звернулася до доколумбового та примітивного мистецтва. Вона пояснює, що мистецтво змінилось не в кращу сторону через споживацьке ставлення до нього. Розквіт абстрактного експресіонізму, кубізму та появу такої постаті як Джексона Поллока вона вважає головним надбанням століття. Своїх сучасників вона звинувачує у тому, що вони втратили свою оригінальність, яка була притаманна її улюбленим сучасним художникам та наголошує на збереженні їхньої спадщини [12, с. 226].

Цей період мав великий вплив на художнє життя США 1940-х–50-х рр., а активна діяльність Пеггі у співпраці з американськими модерністами змінила їхнє життя та гарантувала їм міжнародний успіх та визнання. В часи війни Нью-Йорк став центром тяжіння для абстрактних експресіоністів [36, с. 275].

Завдяки їй локальне явище перетворилося на надбання світового значення. Завдяки цьому Пеггі Гуггенхайм усвідомила сенс своєї діяльності як покровительки сучасного мистецтва [36, с. 277]. На особливу увагу Пеггі заслуговував Джексон Поллок, для якого вона стала патроном. Вона побачила в ньому потенціал та організовувала для нього виставки, продавала його картини або купувала їх сама. Так вона стала піар-менеджеркою митця та займалась його просуванням не тільки у США, а й у Європі [36, с. 275–276].

Підсумком діяльності американської колекціонерки стало відкриття своєї власної резиденції у Венеційському палаццо у 1947 році, де вона зосредила всю колекцію [36, с. 277]. Також вона брала активну участь у Венеційській бієнале, що збагачувало мережу її знайомств з представниками фовізму та футуризму, представників передових художніх напрямків [12, с. 203]. Бієнале було точкою тяжіння художніх критиків, володарів галерей, колекціонерів та художників. Відвідування таких подій є надзвичайно корисним для колекціонерів творів мистецтва з точки зору розширення кругозору та урізноманітнення колекції.

Результатом взаємодії Пеггі Гуггенхайм та Венеційського бієнале стало те, що з ретроспективної виставки вона перетворилась на законодавця нових течій у сучасному мистецтві. У 1960-х роках Венеційська бієнале перетворилася на некомерційну виставку, а замість неї популярності набув арт-ярмарок Art Basel [21].

3.3. Положення колекціонера в сучасних обставинах художнього ринку

Починаючи з 80-х–90-х років XX ст. художній ринок став нагадувати систему, яку ми маємо й сьогодні: ті ж самі гравці на ринку та канали продажу, розділення ринку на публічний та приватний та відкриття нових регіонів

експорту творів мистецтва. Встановлення такої ситуації на ринку спричинене й змінами у середовищі колекціонерів. Зміни в податковому кодексі США дозволили багатьом заможним американцям включати формування колекції у свій бізнес-план та потім дарувати її публічним музеям за високу ціну. На зміну «золотому поколінню» колекціонерів середини ХХ століття приходять нові колекціонери, які активно слідкують за ситуацією на ринку, купують твори мистецтва через Інтернет, відстежують індекси продажів по базі Artnet та не забувають про вигоду [21].

Незважаючи на виступи митців проти комерціалізації мистецтва у 70-х роках, в наступні десятиліття подібні випадки були рідкістю і сфера аукціонів перестала бути ворожою територією. Протести були підкріплені ідеальним образом колекціонера, який склався у митців протягом століття: філантропа, покровителя мистецтва, який ніколи не розлучається зі своєю колекцією. Ці ідеали не відповідали дійсності, адже на той час колекціонер не міг бути повністю відокремленим від спекулятивних інтересів, комерційної діяльності, адже окрім любові до мистецтва, колекціонер також зацікавлений у престижі та можливості належати до привілейованих кіл суспільства [13, с. 53–54].

В сучасних умовах художнього ринку можна виділити два типи покупців та дилерів. Перший тип – «комерційний», до якого належать провідні дилери, які співпрацюють з покупцями-інвесторами. Другий тип – «справжній», який включає в себе інтелектуальну еліту, яка все ще намагається відмежуватися від спекулятивних впливів на художньому ринку. Найчастіше це локальні галереї та покупці, які зацікавлені у відкритті нових талантів [1, с. 25].

Жюдіт Бенаму-Юе описує колекціонера нового типу, що з'явився в 90-х роках так: «Їм 40–50 років, вони заможні, мають багато вільного часу та хороших консультантів. Вони розглядають мистецтво як інвестицію...». Як ми бачимо, це більше не знавець мистецтва, а споживач, який задає тренди у художньому середовищі шляхом своєї зацікавленості у сучасному мистецтві. Зі зростанням кількості колекціонерів такого типу, активно зростає кількість інших співробітників на художньому ринку – арт-консультантів, які беруть на

себе роль знавців мистецтва у цій взаємодії [4, с. 39]. З іншого боку, на відміну від чіткого розділення ролей, з 90-х років також відбувається розширення спеціалізації діячів художнього ринку. Куратори музеїв намагаються впливати на вартість творів, а колекціонери поєднують у собі функції дилера, виходячи за межі своїх «обов'язків» вони займаються й продажем, й укладанням каталогів, і кураторською діяльністю. Так колекціонер підвищує свою значущість та намагається наголосити на своїй інтелектуальності та глибокій інтегрованості в світ мистецтва [13, с. 70].

З метою підвищення обороту творів мистецтва на художньому ринку, на початку нового століття було відкрито завісу елітарного середовища художнього ринку, яким він вважався донедавна, і з початком нового століття до нього була допущена гламурна преса, аби перетворити продажі та виставки на важливі події для загалу. Сучасне мистецтво опинилося на хвилі популярності; ідея новизни та безсмертя мистецтва приваблювала дедалі більше нових облич; а новини про гучні продажі на аукціонах та ексцентричні виставки проникли у глянець, за межі спеціалізованої художньої преси, а художній ринок з важкодоступного перетворився на привабливий спосіб соціальної інтеграції [13, с. 75–76]. Від цих змін отримують вигоду й аукціонні будинки, завдяки швидкій зміні смаків нових колекціонерів, які охоче купують і продають свої твори, а галереї створюють листи очікування для великої кількості охочих придбати модних митців [15, с. 144–145].

Також значних змін зазнала система, яку ми описували у попередній роботі в контексті ролі дилера в мережі художнього ринку. Наприкінці XIX століття, на початкових етапах формування художнього ринку Гаррісон та Сінтія Вайт назвали її системою «дилер-критик», де постать дилера була центральною та вирішальною для долі митця [1, с. 26]. Як ми бачимо, в той період колекціонер ще не був незалежною постаттю, а працював винятково у співпраці з арт-дилером та був другорядною фігурою, адже купував роботи на вторинному ринку.

У повоєнні роки дилер був також і піар-менеджером, та міг собі дозволити виходити за межі своїх діяльності. Такий підхід дав поштовх розвитку спекуляції на ринку та його комерціалізації. Однак, ще в першій половині XX століття система «дилер-критик» не витримувала негативних оцінок, а комерціалізація сучасного мистецтва перетворила цю систему на суцільний хаос, а критиків та кураторів зробила вразливими [1, с. 28]. Ізабель Грав критикує систему «дилер-критик» з огляду на те, що процеси ціноутворення та впливу на кар'єру митця більше не знаходяться під впливом лише дилерів та критиків, а митець більше не знаходиться на другорядному плані. З 1990-х років цю систему витіснила інша, що має назву «дилер-колекціонер», де колекціонери нарівні з галеристами впливають на процес оцінки набагато більше ніж критики. Не колекціонери підлаштовуються під тренди, а самі встановлюють їх, прислуховуючись до власних смаків. Яскравим відображенням постаті колекціонера як натхненника та законодавця трендів на художньому ринку є ярмарок Art Basel, де колекціонери знаходяться в центрі уваги. Для них влаштовуються закриті покази, де немає місця не тільки критикам, а й митцям. Колекціонер прагне сам уподібнитися до інтелектуала, а не лише тягнутися до вже обізнаних експертів [13, с. 84]. Також ствердженню цієї системи сприяло засилля заможних покупців, які самостійно викривають галереї та впливають на цінність творів мистецтва. Американський художник Джозеф Кошут зазначає, що сучасний арт-ринок вже не відображає пряму думку професіоналів. Цей розрив став помітним в останні 15 років – з початку нульових, коли статус твору мистецтва підвищувався завдяки присутності у іменитій колекції, або при інвестуванні в нього. Художній ринок швидко підлаштувався потреби нової найважливішої фігури на ринку з великою кількістю грошей та вибагливими інтересами. Художній ринок розширився, відреагував на зміни системи та значно збільшилась кількість молодих митців, дилерів, ярмарок та бієнале [1, с. 29].

Результатом цих змін було те, ціни на сучасне мистецтво перевищили рекордні позиції 80-х років. Між 2002 та 2006 роками оборот сучасного

мистецтва на аукціонах зріс в чотири рази. В 2007 році виручка на аукціоні Крістіс склала півтора мільярда доларів, що було на 75% більше попереднього року [37, с. 306]. Але необхідно зазначити, що частка творів сучасного мистецтва наприкінці 80-х рр. на аукціонах склала приблизно 1%, а імпресіоністи та мистецтво модерну склало 79%, а той час як у 2018 році імпресіоністи та мистецтво модерну склало становили 51%, а сучасне мистецтво – 14% [41]. Тож ми бачимо, що попит на сучасне мистецтво поступово витісняє інші твори на ринку, які вже назавжди переходять у музеї та приватні колекції. Також сучасне мистецтво має невід’ємні переваги перед всіма іншими видами, адже колекціонери тяжіють до найдоступнішого та найкращого мистецтва. Роботи живих або нещодавно померлих митців значно перевершили класику [41].

Ринок сучасного мистецтва зріс завдяки напливу нових колекціонерів з новими поглядами на те, як має працювати ринок та некомерційні установи. Вони значно відрізнялися від минулих поколінь патронів, та впевнені у власних судженнях, вони критично ставляться до поглядів музейних кураторів та критиків. Для дилерів такі обставини на ринку створюють нові виклики у розвитку стосунків з колекціонерами. Роль колекціонера у світі мистецтва значно зросла, що дало поштовх розвитку нових каналів продажу творів мистецтва, підвищення компетенції робітників арт-ринку, диверсифікації послуг та розширення пропозиції [46, с. 111].

Висновки до розділу III

У цьому розділі ми розглянули причини колекціонування такого нестабільного сегменту арт-ринку як твори сучасного мистецтва. Це доступність, велика кількість творів на ринку, можливість формувати та

спостерігати за кар'єрою митця, стати його патроном та можливість впливати на ціну.

Ми виділили ряд найбільш успішних колекціонерів ХХ століття, чії колекції лягли в основу відомих музеїв світу та змогли зосередити увагу на основних причинах колекціонування зокрема нового мистецтва та методиках роботи. З основних можемо виділити прагнення стати першовідкривачем нових митців, показати нове і незрозуміле мистецтво суспільству, продемонструвати свою приналежність до богемних кіл суспільства та наявність унікального естетичного смаку. Завдяки колекціонерам-«першовідкривачам» були закладені основи укладання колекцій сучасного мистецтва.

Також ми звернули увагу на трансформації художнього ринку та фігури колекціонера наприкінці ХХ століття і з'ясували, що художній ринок позбавився від своєї закритості та елітарності, став більш відритим для ширшого кола споживачів мистецтва. Зазнала значних змін система «дилер-критик», місце якої зайняла система «дилер-колекціонер», де постать колекціонера стала центральною на художньому ринку, а сучасне мистецтво зайняло передові позиції на аукціонах та продовжує приваблювати дедалі більше колекціонерів.

ВИСНОВКИ

Отже, в ході виконання цієї курсової роботи були виконані поставлені нами завдання та було досягнуто наступне: ми з'ясували, що феномен колекціонування тісно пов'язаний як з первісними релігійними уявленнями, в яких закладене сакральне ставлення до речей та процеси обміну, так і з особливостями психіки людини, зокрема з компульсивними станами та сублімацією. Ми розглянули річ як предмет релігійного шанування та обожнювання, а також розглянули її як споживацький товар. Можемо підсумувати, що в будь-якому з періодів розвитку людства людина символізує предмети та наділяє їх особливою силою, що й підштовхує її укладати особливі серії або колекції, залучати себе у процес обміну, в яких річ не використовується за прямим призначенням, але має набагато вищу символічну цінність.

У другому розділі ми виділили особливий тип колекціонера – колекціонера творів мистецтва, який може поєднувати у собі багато функцій: від куратора до інвестора і мати значний вплив на художній ринок. По-перше, ми зосередилися на тому, як колекціонер взаємодіє з іншими гравцями на арт-ринку, зокрема з дилерами та арт-консультантами та виділили позитивні та негативні сторони цих стосунків. По-друге, ми виділили основні критерії оцінки творів мистецтва та те, за яким принципом колекціонер може обирати твори собі в колекцію.

Вартим уваги був також розгляд інвестиційного потенціалу творів мистецтва, адже це одна з причин, що приваблює заможних підприємців купляти твори мистецтва. Ми наголосили на особливостях цього типу інвестування, адже як і усі процеси на арт-ринку, інвестування в твори мистецтва не підкорюється загальноприйнятим економічним законам та є непрозорим. Однак, незважаючи на ризики та низьку ліквідність ми виділили й

переваги інвестування в твори мистецтва, як унікальної можливості зануритися в світ мистецтва та розширити власну обізнаність та світогляд, та, в результаті, отримати прибуток та увіковічити себе у власній колекції.

У третьому розділі ми зосередилися на колекціонуванні творів сучасного мистецтва, та спробували з'ясувати причини такої уваги до цього сегменту арт-ринку в ході історичного розвитку колекціонування на у сучасності.

Нам це вдалося, адже спочатку ми теоретично виділили основні причини уваги колекціонерів до сучасного мистецтва та порівняли переваги колекціонування живих або вже мертвих митців. З основних причин ми виділили наявність великої кількості творів на ринку, невисокі ціни, можливість спостерігати за кар'єрою митця та мати на неї вплив, можливість стати патроном та «першовідкривачем». Ми підтвердили це рядом прикладів колекціонерів XX століття, де на прикладі їхньої діяльності ми змогли виділити основні принципи діяльності, методик укладання зібрань, стосунки з митцями, консультантами та арт-дилерами, порівняти їх та побачити закономірності. На прикладі паризьких колекціонерів імпресіонізму, родини Хейвмейерів, російських колекціонерів Третьякових, С. Щукіна та І. Морозова, родини Стайнів та Пеггі Гуггенхайм ми побачили, що досить швидко епіцентр художнього ринку XX століття став точкою тяжіння іноземців, зокрема американців. З середини XX століття основні процеси на ринку перемістилися до США, саме завдяки діяльності колекціонерів сучасного мистецтва. На практичних прикладах їхнього з життя ми можемо оцінити значення постаті колекціонера на художньому ринку та важливості їхнього патронажу для митців.

Аби наголосити на цьому, ми звернули увагу на те, як змінився арт-ринок наприкінці XX століття та на початку XIX ст. – колекціонер став центральною постаттю, для якої влаштовуються численні арт-ярмарки, листи очікування в галереях, приватні покази, та, відповідно, розширення пропозиції товарів.

Отже, ми можемо стверджувати, що колекціонування є рушійною силою художнього ринку, адже завдяки колекціонерам були укладені колекції

головних художніх музеїв світу, завдяки ним ми знаємо Пікассо, Матісса та Поллока, а арт-дилери та арт-критики поступово втратили свої позиції та майже перестали поширювати свій вплив на погляди та дії колекціонерів, що дало поштовх до перетворень: відкритості арт-ринку, розвитку митців та зростанню їхніх перспектив і можливостей.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова А. Арт-рынок в ХХІ веке: пространство художественного эксперимента. Москва : Издательский дом ГУ ВШЭ, 2015. 151 с.
2. Басс И. Жизнь и время Гертруды Стайн. Москва : Аграф, 2013. 418 с.
3. Бегли Ш. Не могу остановиться. Откуда берутся навязчивые состояния и как от них избавиться. Москва : Альпина Паблишер, 2018. 334 с.
4. Бенаму-Юэ Ж. Цена искусства / пер. с фр. Ю. Гинзбург. Москва : Artmedia Group, 2008. 101 с.
5. Беньямин В. О коллекционерах и коллекционировании. Москва : ЦЭМ, V-A-C press, 2018. 104 с.
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления / пер. с фр. Е. А. Самарской. Москва : Издательство АСТ, 2020. 320 с.
7. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с фр. С. Н. Зенкина. Москва : Издательство «Рудомино», 2001. 218 с.
8. Велиховский Л. Н. Кандаурова Т. Н. Павел и Сергей Третьяковы — благотворители, меценаты, коллекционеры, общественные деятели. *Документ. Архив. История. Современность*. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2005. Вып. 5. С. 119-129.
9. Водопьянова А. И., Леонова Л. А., Новак А. Е. Арт-рынок: особенности инвестирования в произведения живописного искусства. *Вестник СПбГУ. Экономика*. 2018. Т. 34. Вып. 1. С. 95–112.
10. Гертруда Стайн — крёстная авангарда, «брат» Хемингуэя и мать потерянного поколения. URL: <https://kulturologia.ru/blogs/230317/33916/> (дата звернения: 02.06.2021).
11. Гончаренко Л. П., Панарина С. Ю. Рыночные механизмы регулирования инвестиционной деятельности на арт-рынке. *Инновации и инвестиции*. 2013. №4. С. 110-113.

12. Гутгенхайм П. На пике века. Исповедь одержимой искусством. Москва : «Ад Маргинем Пресс», 1979. 267 с.
13. Грав И. Высокая цена. Искусство между рынком и культурой знаменитости. Москва : «Ад Маргинем Пресс», 2008. 169 с.
14. Де Бросс Ш. О фетишизме / за ред. М. И. Шахновича. Москва : Мысль, 1973.
15. Досси П. Продано! Искусство и деньги. Санкт-Петербург : Лимбус Пресс, «Издательство К. Тублина», 2011. 288 с.
16. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии / пер. с фр. А. Апполонова и Т. Котельникова. Москва : «Дело» РАНХиГС, 2018. 736 с.
17. Жижек С. Чума фантазий / пер. с англ. Е. С. Смирновой. Харьков : Гуманитарный центр, 2012. 388 с.
18. Как Лео и Гертруда Стайн произвели революцию в мире искусства. URL: <https://www.livelib.ru/translations/post/34258-kak-leo-i-gertruda-stajn-proizveli-revoljutsiyu-v-mire-iskusstva> (дата звернения: 02.06.2021).
19. Как Щукин и Морозов собирали французскую живопись. URL: <https://arzamas.academy/materials/1439> (дата звернения: 02.06.2021).
20. Коллекционирование искусства вчера, сегодня и завтра на примере петербургской выставки «Вещи». URL: <https://www.buro247.ru/culture/arts/26-nov-2020-things-exhibition-in-anna-nova-gallery.html> (дата звернения: 02.06.2021).
21. Краткая история коллекционирования. XX век: великая миграция коллекционеров. URL: https://artinvestment.ru/invest/collector/20200226_history.html (дата звернения: 02.06.2021).
22. Лиховцева А. В. Частные коллекции произведений искусства как объект культурного наследия (художественная целостность, методология формирования и международный контекст феномена) : дис. на соискание

- уч. степени канд. искусствоведения : 17.00.04 / МГХПА им. С.Г. Строганова. 2018. 254 с.
23. Малинкин А. Коллекционер. Опыт исследования по социологии культуры. Москва : Издательский дом ГУ ВШЭ, 2011. 192 с.
 24. Меценат Павел Третьяков. Основатель Третьяковской галереи. Биография и портреты Третьякова. URL: <https://www.artcontext.info/articles-about-art/763-tretyakov.html> (дата звернения: 09.06.2021).
 25. Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии / пер. с фр. А. Гофмана. Москва : КДУ, 2011. 416 с.
 26. Неретина С. С., Огурцов А. П. Реабилитация вещи. СПб. : «Мирь», 2010. 800 с.
 27. Петухов А. В. Сергей Щукин и его современники за рубежом: коллекционеры, дилеры, знатоки. *Искусствознание*. 2017. №3. С. 211-231.
 28. Пьер Огюст Ренуар. Эпизоды из жизни: Виктор Шоке. URL: http://impressionnisme.narod.ru/RENUAR/epizode_renuar11.htm (дата звернения: 02.06.2021).
 29. Розелл М. Настольная книга коллекционера : руководство по управлению и содержанию арт-коллекций / пер. с англ. Е. Минченок. Москва : Альпина Паблишер, 2019. 280 с.
 30. Собирай и накапливай: психологические аспекты коллекционирования. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18525-sobiray-i-nakaplivay-psikhologicheskie-aspekty-kollektsionirovaniya> (дата звернения: 02.06.2021).
 31. Соломон Гуггенхайм: золотые прииски и современное искусство. URL: <https://ujew.com.ua/business/solomon-guggenhajm-zolotyie-priiski-i-sovremennoe-iskusstvo> (дата звернения: 02.06.2021).
 32. Сухарев А. Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты. Дайджест-финансы. 2013. №12. С. 35-42.
 33. Тесля А. «Национальная или народная галерея»: история коллекций братьев Третьяковых. *Социологическое обозрение*. 2018. №2. С. 363-372.

34. Торнтон С. Семь дней в искусстве. Москва : «Азбука-Аттикус», 2008. 156 с.
35. Хук Ф. Завтрак у Sotheby's : мир искусства от А до Я / пер. с англ. В. Ахтырской. СПб : Азбука, Азбука-Аттикус, 2020. 416 с.
36. Ярцева О. А. Коллекция Пегги Гуттенхайм. *Искусство Евразии*. 2021. №1(20). С. 270-279.
37. Accounting for taste: the economics of art. *Artforum*. 2008. April. P. 305-309. URL:
https://www.academia.edu/25055097/Accounting_for_taste_the_economics_of_art_In_Artforum_April_2008_pp_305_309 (last accessed: 02.06.2021).
38. Baekeland, Frederick. Psychological Aspects of Art Collecting. *Psychiatry*. 1981. Vol. 44, № 1. P. 45-59.
39. Bamberger, Alan. The Art of Buying Art: How to evaluate and buy art like a professional collector. London : Little, Brown Book Group, 2018. 445 p.
40. Frelinghuysen, Alice Cooney. Splendid Legacy: The Havemeyer Collection. New York: Metropolitan Museum of Art, 1993. 433 p.
41. Goodbye Art World, Hello Art Industry: How the Art Market Has Transformed—Radically—Over the Past 30 Years. URL:
<https://news.artnet.com/market/how-the-art-world-became-the-art-industry-1710228> (last accessed: 02.06.2021).
42. McIntosh, William; Schmeichel, Brandon. Collectors and Collecting: A Social Psychological Perspective. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*. 2004. Vol. 26, № 1. P. 85-97.
43. McKinley, Mark. The psychology of collecting. URL:
<https://nationalpsychologist.com/2007/01/the-psychology-of-collecting/10904.html> (last accessed: 02.06.2021).
44. Regan, Marci. Paul Durand-Ruel and the market for early modernism. *LSU Master's Thesis*. 2004. URL:
https://digitalcommons.lsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1122&context=graduate_school_theses (last accessed: 02.06.2021).

45. Why Should You Collect Emerging Art? URL:
<https://www.widewalls.ch/magazine/why-should-you-collect-emerging-art>
(last accessed: 02.06.2021).
46. Winkelman, Edward. Selling contemporary art. How to navigate the evolving market. New York : Allworth Press, 2017. 337 p.