

---

# МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

## Общие вопросы

---

УДК 330.322:33.338:339.13–17

doi: 10.31249/espr/2022.04.02

**И.Ю. Жилина\***

### АРТ-РЫНОК КАК СЕКТОР КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** Рассматриваются особенности функционирования мирового и российского арт-рынков как секторов креативной экономики. Дается характеристика тенденций развития арт-рынка за последние 20 лет, в том числе воздействие на его состояние пандемии COVID-19. Последняя, наряду с негативными эффектами, выразившимися в сокращении оборота арт-рынка и количества сделок на нем, стимулировала развитие онлайн-продаж и использование искусственного интеллекта, а также ускорение формирования нового сегмента арт-рынка – невзаимозаменяемых токенов. Все эти изменения влияют как на стратегии продаж и способы распространения произведений искусства, так и на мотивацию покупателей.

**Ключевые слова:** креативные индустрии; арт-индустрия; арт-рынок; производство искусства; цифровые технологии; искусственный интеллект; невзаимозаменяемые токены; блокчейн; инвестиции.

**Для цитирования:** Жилина И.Ю. Арт-рынок как сектор креативной экономики // Экономические и социальные проблемы России. – 2022. – № 4. – С. 30–60.

**I.Yu. Zhilina**

### The art market as a sector of the creative economy

**Abstract.** The features of the formation and functioning of the world and Russian art markets as sectors of the creative economy are considered, the trends in the development of the art market in the last 20 years are characterized, including the impact on its condition of the COVID-19 pandemic, which, along with the negative consequences expressed in a reduction in the turnover of the art market and the number of transactions, stimulated the development of online sales, the use of artificial intelli-

---

\* **Жилина Ирина Юрьевна**, канд. истор. наук, старший научный сотрудник Отдела экономики Института научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН РАН). E-mail: irina\_zhilina47@mail.ru

**Zhilina Irina**, PhD (Histor. Sci.), Senior Researcher of the Department of Economics, Institute of Scientific Information for Social Sciences, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia). E-mail: irina\_zhilina47@mail.ru

gence, as well as accelerating the formation of a new segment of the art market – non-interchangeable Tokens (NFT) and the impact of these changes on sales strategies, ways of distributing works of art and motivating buyers.

**Keywords:** creative economy; creative industries; art industry; art market; art-work; digital technologies; artificial intelligence; non-interchangeable tokens; block-chain; investments.

**For citation:** Zhilina I.Yu. The art market as a sector of the creative economy // Economic and Social Problems of Russia. – 2022. – N 4. – P. 30–60.

## **Введение**

За последние 20 лет концепция креативной экономики<sup>1</sup> получила широкое распространение во всем мире. Программы ее развития действуют практически во всех странах.

Креативная экономика обладает большим потенциалом для развития общества, благодаря таким своим преимуществам, как возможность создания малых и средних предприятий и новых рабочих мест, относительно высокие доходы работников и доступность для любого сообщества (поскольку не зависит от традиционных факторов, обеспечивающих конкурентное преимущество, – географического положения, наличия природных ресурсов и др.). Для ее распространения нужны только знания, определенные творческие навыки и таланты обычных людей.

Кроме того, «развитие креативной экономики приносит не только прибыль, но и значительную немонетарную ценность. Согласно отчету ООН (2013), творческие и культурные индустрии вносят большой вклад в инклюзивное и устойчивое развитие сообществ, повышая общее благосостояние, индивидуальную самооценку и качество жизни людей» [Надилова, 2022]. Не случайно Генеральная ассамблея ООН объявила 2021 г. Международным годом креативной экономики.

В настоящее время, по разным оценкам, вклад креативных индустрий в мировой ВВП составляет от 3% до 6,1%, и от 2% до 7% на уровне отдельных стран. Во всем мире в креативных индустриях занято около 30 млн человек. При этом они предоставляют больше возможностей для трудоустройства молодежи в возрасте от 18 до 25 лет, чем любая другая сфера занятости [International year ... , 2021].

В исследовании аудиторско-консалтинговой компании Ernst & Young (EY), охватывающем Европейский Союз (ЕС) и Великобританию, констатируется, что в 2019 г. на долю культурных и творческих индустрий (КиТИ, включающих архитектуру, изобразительное искусство, видеоигры, музыку, исполнительские искусства, прессу и др.) в ВВП ЕС приходилось

---

<sup>1</sup> Креативную экономику иногда называют «оранжевой». Считается, что это ее определение ввел в оборот Фелипе Буйтраго, автор книги о креативных индустриях в Латинской Америке, ссылаясь на Фрэнка Синатру, окрестившего этот цвет «самым счастливым» (orange is the happiest color) [Макова, 2018].

253 млрд евро (4,4%), что превышает экономический вклад телекоммуникаций, высоких технологий, фармацевтики или автомобильной промышленности в экономику этих стран. С 2013 по 2019 г. общий оборот КиТИ увеличился на 93 млрд евро, т.е. вырос почти на 17%. К концу 2019 г. в исследуемом регионе в КиТИ было занято более 7,6 млн человек, в указанный период в этом секторе создано более 700 тыс. рабочих мест (+10%). За это же время почти во всех сегментах КиТИ наблюдался устойчивый и непрерывный рост, хотя и с разной скоростью: более 4% в год в сегменте видеоигр, рекламы, архитектуры и музыки; от 0,5 до 3% в других сегментах. Резкое падение деловой активности (-1,7%) произошло только в сегменте прессы, что в основном связано со сложностями перехода на цифровые технологии [Lhermitte, Alvarez, 2021].

В России в креативных индустриях, по данным на 2019 г., занято чуть меньше 5 млн человек и это 6,8% всех занятых в стране. Вместе с тем в стране существует большой потенциал для развития КиТИ, а до пандемии по темпам роста они опережали другие отрасли [Развитие креативных индустрий в России, 2021]. Сама концепция креативной экономики представляет особый интерес для России, поскольку креативные индустрии, демонстрирующие впечатляющие темпы роста во многих странах, могут стать драйвером перехода отечественной экономики от сырьевой модели к несырьевой [Креативные индустрии: альтернатива ... , 2021].

### Подходы к определению культурных и творческих индустрий

Определение креативных индустрий впервые было сформулировано Департаментом культуры, СМИ и спорта Великобритании (Department for Culture, Media and Sport, DCMS) в 1998 г. в исследовании «Креативные индустрии – Картографирование» (Creative Industries Mapping Documents). DCMS определял креативные индустрии как «виды экономической деятельности, которые берут свое начало в индивидуальном творчестве, мастерстве и таланте и обладают потенциалом для производства богатства путем создания интеллектуальной собственности» [Secretary of State's ... , 2001, p. 00, 05]. Таким образом, авторы концепции исходили из того, что основой креативных индустрий является интеллектуальная собственность, иными словами – идея, которая может быть защищена авторским правом, патентами, торговыми марками или другими правовыми и регулирующими механизмами, предотвращающими ее копирование или использование в коммерческих целях без разрешения автора.

К креативным индустриям DCMS отнес 13 направлений деятельности – рекламу, архитектуру, искусство и антиквариат, ремесла, дизайн, дизайнерскую моду, кино, программное обеспечение для интерактивного досуга, музыку, исполнительское искусство, издательское дело, программное обеспечение, телевидение и радио. Некоторые из перечисленных видов (театр, музыка, изобразительное искусство и др.) существуют

очень давно, другие же сформировались только с появлением цифровых технологий [Newbiggin, 2022].

В последующие годы международные организации, в частности ЮНЕСКО, а также отдельные страны представили свои определения креативных индустрий.

Так, ЮНЕСКО определяет культурные и творческие (creative) индустрии<sup>1</sup> как «сектора организованной деятельности, основной целью которых является производство или воспроизведение, продвижение, распространение и / или коммерциализация товаров, услуг и видов деятельности, имеющих происхождение культурное, художественное или связанное с охраной наследия» (цит. по: [Культура и ... , 2020, с. 59]).

В подготовленном Центральным политическим управлением Гонконга (CPU) в начале 2000-х годов «Базовом исследовании креативных индустрий Гонконга», которое охватывало 11 отраслей промышленности (рекламу; архитектуру; искусство, антиквариат и ремесла; дизайн; кино и видео; цифровые развлечения; музыку; исполнительское искусство; издательское дело; программное обеспечение и вычислительную технику; телевидение и радио), креативные индустрии определялись как индустрии, «преобразующие нематериальные активы в производственные процессы и распределение товаров или услуг, имеющих символическую ценность и социальное значение» [Baseline Study ... , 2003].

В РФ понятие «творческие индустрии» было закреплено в Основах государственной культурной политики [Указ Президента ... , 2014]. В утвержденной в 2021 г. «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» творческие (креативные) индустрии определяются как «сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества. К творческим (креативным) индустриям относятся в том числе:

- индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);
- индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.);

---

<sup>1</sup> Отметим, что в административных документах и в научных исследованиях встречаются такие понятия, как «креативные индустрии» и «культурные индустрии», часто используемые как синонимы.

- современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блоггерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.);
- прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т.п.)» [Распоряжение Правительства РФ ... , 2021].

К настоящему времени в мире сформировались различные модели креативных индустрий (американская, скандинавская, европейская, азиатская<sup>1</sup>), что привело к появлению взаимодополняющих понятий, таких как творческий город, творческий класс, творческие кластеры.

Креативные индустрии (как и любые другие) имеют пространственную составляющую. Опыт их развития показал, что сочетание культуры и коммерции служит способом создания отличительного образа страны, города, городского района, помогая им выделиться на фоне конкурентов. Ценность признанных культурных «икон», таких как Эйфелева башня во Франции, Тадж-Махал в Индии или Сиднейский оперный театр в Австралии, уступает место культурным районам, сочетающим искусство и коммерческую деятельность. Это особенно заметно в лондонском районе Шордич с его дизайн-студиями, культурном районе Западный Коулун в Гонконге и культурном центре на острове Садият в Абу-Даби, которые привлекают миллиарды долларов инвестиций [Newbigin, 2022].

Развитие концепции креативных индустрий привело к формированию и началу реализации более глобальной идеи – концепции креативной экономики. Э. Пратт (оригинал ФИ по-английски), признанный эксперт в области индустрии культуры, являющийся членом Королевского общества искусств, Королевского географического общества и академиком Академии общественных наук Великобритании, разделяет историю развития креативной экономики на три этапа.

Первый этап (молодость – 1960-е годы), характеризовавшийся вторжением новых технических средств в сферу культуры, появлением новых искусств, индустриализацией и массовизацией культурного потребления, поставил под сомнение традиционные представления о культуре, а также вопрос о том, для кого и для чего она существует. Именно в этот период

---

<sup>1</sup> Основой американской модели является поощрение предпринимательской инициативы, развития творческих навыков и изобретательности; европейская модель строится на поддержке международного сотрудничества и сетевой деятельности креативных отраслей, финансировании важных платформ; скандинавская модель ориентирована на обучение практическому применению креативных навыков в предпринимательстве; азиатская модель нацелена на создание инновационной составляющей креативного продукта с использованием элементов традиционной культуры (Подробнее см.: [Хестанов, 2018; Байкова, 2022]).

появилось понятие «культиндустрии» (индустрии культуры), авторами которого являются немецкие социологи М. Хоркхаймер и Т. Адорно<sup>1</sup>.

С 1980-х годов это понятие становится объектом академических и политических дебатов. В результате в конце 1990-х годов Великобритания, опираясь на большую статистическую работу, проделанную Канадой, Австралией и Новой Зеландией, предложила миру концепцию креативных индустрий, которая бросила вызов традиционным представлениям о культуре. В последующие годы появились международные статистические базы (ЮНЕСКО) и разработки политики в этой сфере (ЮНКТАД / ЮНЕСКО), а также международные сравнительные данные по креативным индустриям, свидетельствующие о их значительном росте, что послужило для национальных государств стимулом к развитию креативной экономики.

После первого всплеска политического энтузиазма наступил этап более углубленного изучения креативной экономики (средний возраст). Однако даже при наличии политического импульса этот процесс сложен и дорог в силу практически полного отсутствия данных по многим креативным индустриям, что создает серьезные проблемы для наращивания их местного потенциала и разработки политики в этой сфере. Тем не менее многие страны, особенно развивающиеся экономики Азии и Латинской Америки, активно реализуют стратегии креативной экономики [Pratt, 2022].

Третий (современный) этап – переход креативной экономики к стадии зрелости – в большой мере зависит от управления сектором и от его меняющегося воздействия на людей и общество в целом. Вопросы, которые стоят на повестке дня на следующее десятилетие, касаются понимания процессов производства культурных ценностей и их связи с другими видами деятельности в промышленности и общественных сферах [Pratt, 2022].

К основным проблемам, с которыми в перспективе столкнется креативная экономика, Пратт относит, во-первых, переход Китая и Индии на доминирующие позиции в мировой экономике в сфере производства и потребления культуры в результате демографических и социальных изменений, связанных с ростом среднего класса в этих странах. Во-вторых, международному сообществу предстоит решать проблему специфики работы и занятости в креативной экономике: уже сегодня многие рабочие места здесь небезопасны и плохо оплачиваются, широко распространена дис-

---

<sup>1</sup> Для культиндустрии характерны стандартизация, чисто коммерческая направленность, ориентация на инфантильный и невзыскательный вкус. Захватывая все новые культурные пространства, культиндустрия наносит непоправимый вред искусству, делая это при помощи новых технологий [Шапинская, 2022]. Таким образом, культиндустрия, лишая человека ценностных ориентиров и духовно обедняящая его, представляет собой разновидность товара, потребители которого становятся объектом манипулирования посредством стандартизированного искусства.

криминация по классу, полу, возрасту и расе. Но самое главное – обществу предстоит разобраться в таких сложнейших проблемах, как соотношение формального и неформального, коммерческого и некоммерческого, культурного и экономического. В этом смысле, считает Пратт, креативный сектор – это «канарейка в угольной шахте»<sup>1</sup> для остальной экономики [Pratt, 2022].

### Структура и особенности функционирования арт-рынка

Прежде всего отметим, что приведенные выше определения креативных индустрий, а также подтверждение того, что «основой сферы культуры во всех странах признается деятельность в области создания и распространения произведений литературы и искусства, а также охрана наследия» [Культура и ... , 2020, с. 7], свидетельствуют о включении арт-индустрии в креативную экономику. Кроме того, не стоит забывать, что история изобразительного искусства (живопись, графика, скульптура, художественная фотография) изобилует примерами инноваций (в трактовке Й. Шумпетера) с точки зрения технических приемов и материалов, используемых при создании произведений<sup>2</sup>.

Современный арт-рынок<sup>3</sup>, являющийся частью мировой культуры, – сложный социокультурный феномен. Его возникновение относится к глубокой древности<sup>4</sup>. Сейчас этот рынок очень неоднороден: на нем представлены различные виды визуального искусства (живопись, графика, скульптура, художественная фотография), каждый из которых, в свою очередь, подразделяется на сектора по эпохам, регионам, странам, направлениям, школам.

Исследованием арт-рынка занимаются представители различных научных дисциплин – философы, социологи, культурологи, искусствоведы, историки, экономисты, финансисты и др. Каждая из этих дисциплин обладает собственным видением и инструментарием исследований, поэтому

<sup>1</sup> Канарейки издавна использовались в шахтах для обнаружения рудничного газа, выделения которого свидетельствуют об опасности аварии.

<sup>2</sup> Самый простой пример – изобретение тюбика для масляных красок, позволившее художникам выйти из мастерской на пленэр. Как заметил Огюст Ренуар, «без красок в тюбиках... не было бы импрессионизма» [Hart, 2017].

<sup>3</sup> В данной статье мы не будем отдельно рассматривать рынок антиквариата, являющийся одним из сегментов арт-рынка, который имеет свои специфические особенности.

<sup>4</sup> Самые древние наскальные рисунки с изображением животных, сделанные как минимум 40 тыс. лет назад, обнаружены в пещере на индонезийском острове Борнео [Салькова, 2018]. Наскальные рисунки (петрографы), датируемые 4–2 тысячелетием до нашей эры, найдены и на островах озера Канозеро (Мурманская область). Среди более 1,2 тыс. фигур в 18 группах чаще всего встречаются изображения людей, животных (лось, белуха), лодок, следов ног и лап. Все 18 групп петроглифов составляют единый комплекс изображений [Петроглифы ... , 2020].

нет ничего удивительного в отсутствии единого общепринятого определения арт-рынка. Культурологи и искусствоведы, как правило, подчеркивают, что арт-рынок – «это общие художественные тенденции и предпочтения, распространенные в определенном временном отрезке»; «система, направленная на формирование вкусов и предпочтений, т.е. культурный феномен, отражающий актуальные состояния общества, в которых задействованы: художник, экспертное сообщество, знающая публика и простые почитатели искусства» [Долганова, Хангельдиева, 2010, с. 120].

Со своей стороны, экономисты выдвигают на первый план организационно-экономическую составляющую арт-рынка, определяя его «как сферу товарно-денежных отношений, которые складываются между юридическими и физическими лицами по поводу купли-продажи предметов искусства и антиквариата» [Русских, Михеева, 2021]. Еще это «характер и уровень развития института посредничества, или система отношений между художниками, дилерами, аукционными домами, ассоциациями и коллекционерами, заключающаяся в товарном обращении предметов искусства», а также «отрасль экономики, способная во многом формировать национальную идентичность» [Долганова, Хангельдиева, 2010, с. 120]. В работах ряда отечественных и зарубежных ученых арт-рынок (арт-индустрия) исследуется в контексте понятия «культурные» или «творческие» индустрии [Егорова, 2014, с. 12].

Регулируя взаимоотношения между художником и публикой, арт-рынок одновременно выполняет ряд социальных функций: информационную, посредническую, стимулирующую, регулируемую. М. Найдорф, российский культуролог, подчеркивая социальную составляющую арт-рынка, определяет его как «социальное пространство, где сообщество создателей, покупателей, посредников и организаторов этого пространства посредством целого комплекса общественных инструментов – галерей, выставок, конференций, публикаций и т.п. – совместно устанавливают, считать ли данный артефакт вещью искусства, каково его значение в рамках арт-рынка и его цена» (цит. по: [Соколов, Осокин, 2017]).

Некоторые специалисты считают художественный рынок системой «социокультурных и экономических отношений, связанных с товарооборотом произведений изобразительного искусства и оплатой услуг по исполнению художественных работ» [Северюхин, 2011, с. 69] или системой «культурных и экономических отношений, определяющих сферу предложения и спроса на произведения искусства, денежную стоимость произведений искусства, а также специфические виды услуг, связанные с обслуживанием этого рынка» [Художественный рынок: ... , 2022]. По мнению других, «арт-рынок – это внебиржевой рынок, на котором торгуются произведения искусства (картины, скульптуры, антиквариат, художественные фотографии и т.д.). Покупатели, продавцы и любопытствующие встречаются на физических или цифровых торговых площадках, чтобы оценить их рыночную стоимость и в итоге заключить сделки в соответствии с



субъективными и объективными критериями» [Marché de ... , 2020]. Кроме того, признается, что покупка произведений искусства является способом диверсификации и приумножения накоплений. За год отдельные картины могут дорожать в 2–3 раза, а в долгосрочном периоде – принести своим владельцам сверхприбыль. По расчетам инвестбанка Salomon Brothers, на горизонте 20 лет и более рост стоимости картин старых мастеров обгоняет акции, металлы и недвижимость. По данным Deloitte, самые состоятельные люди планеты держат примерно 5% капитала в предметах искусства [Арт-банкинг ... , 2021].

Из приведенных определений следует, что, во-первых, в отличие от многих других товаров произведения искусства выполняют одновременно три разные, далеко не всегда равноценные функции – удовлетворение культурно-эстетических, а также экономических и социальных потребностей индивида. Во-вторых, арт-рынок является одной из «точек пересечения» экономики, культуры и искусства – площадкой, на которой решается проблема соотношения цены арт-объекта (экономической категории) и его ценности – эстетической, художественной, символической (культурные категории) [Егорова, 2014, с. 14]. Тем не менее именно торговля произведениями искусства является главной функцией арт-рынка. Б. Гройс, советский и немецкий искусствовед, утверждает, что «нет никакого смысла производить искусство, если его не выставлять и не продавать: достаточно тогда внутреннего созерцания. Искусство ориентировано на создание ценностей и на их сбыт» (цит. по: [Соколов, Осокин, 2017]). В-третьих, анализ работ, в той или иной мере затрагивающих арт-рынок, позволяет выделить несколько терминов, включающих в себя либо заменяющих понятие «арт-рынок»: художественный рынок, рынок символической продукции, рынок продукции творческих индустрий или арт-индустрий.

В основе формирования арт-рынка последовательно лежали механизмы дарения, заказа, акта купли-продажи (подробнее см.: [Фатеева, 2008]). Однако история свидетельствует о том, что искусство всегда продавалось за деньги<sup>1</sup>. Развитие арт-рынка зависит в основном от трех фак-

---

<sup>1</sup> Одним из свидетельств существования рынка искусства в Древней Греции является кубок Финтиаса, датируемый примерно 500 г. до н.э., на котором изображен человек, покупающий вазу. Возможно, это первое изображение сделки в сфере искусства. Хотя наиболее важные произведения греческого искусства этого периода были созданы для храмов и других общественных зданий, вазами и небольшими бронзовыми изделиями часто торговали в магазинах портов Пирея и Ольвии.

В эпоху эллинизма (323–30 гг. до н.э.) произведения искусства стали цениться не только по религиозным, но и по эстетическим причинам. Центром эллинистического художественного рынка вплоть до краха в 57 году до н.э. был город Сикион.

Расширение Римской империи привело к огромному притоку произведений искусства на Апеннинский полуостров. На подчиненных территориях римляне иногда покупали, но чаще просто отбирали у владельцев понравившиеся вещи (статуи, столики, вазы и мебель, декорированную бронзой, а также серебряные изделия, созданные греческими масте-

торов: появления коллекционеров, производства движимых произведений искусства и совершенствования механизмов их продажи либо непосредственно художниками (через ярмарки, рынки и выставки в студиях), либо через посредников [Marché de l'art | Définition ... , 2020].

Изначально арт-рынки делятся на «первичные», на которых произведение искусства продается в первый раз и порог входа на которые относительно низок<sup>1</sup>, и «вторичные», где оно перепродается. Первичные рынки искусства в Европе появились во Флоренции и Брюгге во второй половине XVI в. Вторичные – примерно на 50 лет позднее, поскольку в период формирования первичных рынков большинство художественных произведений представляли собой фрески на стенах храмов и дворцов и продать их было невозможно.

---

рами) и, начиная со II в. до н.э. вплоть до падения Римской империи, привозили произведения искусства в Италию. Один из районов Рима, расположенный рядом с Villa Publica, стал центром торговцев книгами, картинами и древностями.

Первые свидетельства о художественных аукционах (Auctio) также относятся к этому периоду. Продажи, как правило, организовывались либо для решения дел о неплатежеспособности, либо для реализации награбленных предметов искусства и рабов [Hoog, Hoog, 1991, p. 5–7; Marché de l'art | Définition ... , 2020].

В период Средневековья художники по статусу относились к ремесленникам. С ростом и развитием европейских городов к позднему Средневековью (XIII–XIV вв.) сложилась система ремесленных цехов и гильдий, которые следили за качеством и количеством производимой продукции, ценами, равными условиями труда. Чтобы вступить в цех, претендент должен был подтвердить свои умения, создав эталон качественной продукции. Для художника-ремесленника искусство – не порыв вдохновения, а исполнение заказа. Он не выбирал сюжет, а просто должен был следовать требованиям заказчика. Секреты и технические приемы хранились внутри мастерских. Средневековые города «специализировались» на определенных умениях. Так, флорентийские мастера славились знанием принципов линейной перспективы, а венецианцы отлично работали с цветом. Накопленные в разных городах знания и навыки стали основой формирования художественных школ в искусстве итальянского Ренессанса [Пономаренко, 2019].

С одной стороны, цех поддерживал ремесленника, с другой – ограничивал его творческую свободу. Раскрыть творческий потенциал художнику помогали меценаты, т.е. городская элита – аристократы, купцы, духовенство. Они могли пригласить художника для создания произведения искусства, руководствуясь своим вкусом и модой, и оплачивали его работу по, как сейчас говорят, договорной цене. Крупнейшим спонсором искусства была католическая церковь. «С момента утверждения Папского престола и распространения католицизма церковь определила искусству две важнейшие роли: образовательную и назидательную. Художники создавали работы, иллюстрируя библейские тексты для малограмотных прихожан, и одновременно – в красках сообщали, что произойдет с ними за несоблюдение церковных канонов и потакание соблазнам». Одновременно Ватикан формировал уникальную коллекцию предметов искусства. «Эта первая корпоративная коллекция... была доминирующей на континенте на протяжении десяти веков, поскольку владелец ее был одновременно и основным заказчиком создания произведений» [Белькевич, 2020 б].

<sup>1</sup> Обычно первые продажи художника происходят по ценам, позволяющим окупить затраты, связанные с созданием произведения.

В отсутствие вторичных художественных рынков не существовало и оборота произведений искусства, поскольку их сравнительная стоимость выявляется лишь при обмене и вторичной продаже. Существенное отличие вторичных художественных рынков от первичных заключается в том, что цена однажды уже выведенного на рынок произведения искусства со временем растет. Но если на первичных рынках предложение исходило в основном от самих художников, то на вторичных уже действовали торговцы, распродававшие имущество по случаю ввода в наследство или банкротства.

Начиная с середины XVIII в. интерес к арт-рынку стремительно возрастает, хотя продавались на нем в основном работы малоизвестных мастеров весьма посредственного качества. В этот же период появились первые аукционные дома – Sotheby's (Лондон, 1744 г.) и Christie's (там же, 1766 г.). «Полностью же арт-рынок сформировался лишь к XIX в., когда была завершена буржуазная революция и изменился сам класс потребителей дорогостоящего искусства. Место аристократии все более активно занимает буржуазия, наиболее богатые представители которой веками старались подражать аристократии. Их целью, помимо увеличения собственного капитала, становится повышение собственного имиджа, демонстрация силы и укрепления власти. Богатые буржуа создают спрос на картины великих мастеров, который в свою очередь был обусловлен суммами, затраченными на их покупку... [последние] широко освещались в прессе и приводили к общему ажиотажу, раскручивая своеобразную “спираль цен” на арт-рынке» [Пашкус, Мальцева, 2019].

Современный арт-рынок условно делится на две части – публичный (аукционные дома<sup>1</sup>) и частный (галереи, арт-дилеры, международные выставки и ярмарки). Кроме того, арт-рынки подразделяются на мировой, региональные и национальные (страновые), каждый из которых имеет свои особенности.

Структура арт-рынка в целом сформировалась к середине XIX в. Она основана на принципах галерейного дела, которые разработали французские коллекционеры и меценаты Поль Дюран-Рюэль и Амбруаз Воллар, и включает: целенаправленное приобретение полотен неизвестных художников, проведение выставок, распродаж и аукционов, издание каталогов и художественных журналов, популяризация творчества художников в разных странах, продвижение творчества опекаемых художников в музейные и частные коллекции [Соколова, 2020]. «Именно в это время появляются маршаны (арт-дилеры), т.е. агенты, сопровождающие сделки купли-продажи на всех этапах, обеспечивающие соответствующие гарантии качества, подлинности и перспективности конкретных вложений. Начинают публиковаться первые специальные журналы, издаются каталоги

---

<sup>1</sup> Следует отметить, что в последние годы просматривается тенденция расширения аукционными домами практики частных сделок.

аукционов и широко используется аппарат маркетинговых коммуникаций (прежде всего – реклама). Арт-рынок включает в себя не только коллекционеров, но и художественных критиков и экспертов, в роли которых выступают музейные специалисты» [Пашкус, Мальцева, 2019].

За последующие столетия система дистрибуции арт-рынка постепенно усложнилась. К. Макэндрю<sup>1</sup> указывает, в частности на расширение состава агентов-посредников. Помимо традиционно присутствующих на рынке критиков и СМИ сегодня на нем действуют поставщики данных, финансовые консультанты по искусству, хедж-фонды, т.е. формируется целая консультативная сеть [An eye on the market ... , 2022]. Еще одним новым посредником стали NFT-платформы, осуществляющие куплю-продажу криптоискусства. Кроме того, функционирование арт-рынка поддерживают многочисленные вспомогательные для этой сферы деятельности отрасли экономики, предоставляющие арт-рынку специализированные услуги – логистические, страховые, банковские и др. Некоторых из них вообще не существовало бы без арт-рынка, например специализированных оценщиков и реставраторов.

Важными, но весьма своеобразными посредниками между искусством и арт-рынком К. Макэндрю считает государства (в лице правительств), которые, с одной стороны, выступают как потребители и сторонники искусства, а также его спонсоры и защитники. С другой – играют определенную роль в прямом и косвенном регулировании торговли произведениями искусства, что не всегда идет на пользу искусству и рынку [An eye on the market ... , 2022].

В настоящее время многие аукционные дома, особенно крупные, обзавелись собственными онлайн-площадками для проведения аукционов. Художественные галереи и арт-дилеры также создают платформы цифрового искусства<sup>2</sup>, которые либо работают с художниками напрямую, либо обслуживают онлайн и оффлайн-галереи. На арт-рынке находится работа и для искусственного интеллекта (ИИ), который уже умеет не только определять подделки и восстанавливать утраченные фрагменты произведений искусства, но и научился сам их создавать.

Сегодня digital-художники вместе с нейросетями создают работы, способные побороться за деньги коллекционеров со «старыми мастерами». В октябре 2018 г. ИИ официально вступил на территорию арт-мира: впервые в истории аукционный дом продал картину, созданную нейросетью.

---

<sup>1</sup> Клер Макэндрю (имеет докторскую степень по экономике Trinity College Dublin) является основателем (2005 г., Дублин) Arts Economics – исследовательской и консалтинговой фирмы, которая работает с международными художественными ярмарками, дилерами, торговыми ассоциациями, аукционными домами, а также государственными учреждениями и международными организациями.

<sup>2</sup> Наиболее популярными из них являются: Artsy.net; Artspace; Artnet.com; White-walls.gallery; KK-Editions; Amazon.com; Riseart; Saatchi Art [Стрельников, 2019].

С молотка ушел «Портрет Эдмонда Беллами» – произведение арт-группы Obvious, работающей под лозунгом «Творчество не только для людей». Картина, изначально оцененная в 7–10 тыс. долл., в итоге была продана за 432 тыс. долл.

Однако картины, созданные ИИ, вызывают ряд вопросов. Во-первых, насколько ИИ-творчество вообще можно называть искусством? По мнению Д. Пархоменко, основательницы и куратора Laboratoria Art&Science Foundation, «произведением искусства является сам алгоритм. Отдельные созданные им “произведения” могут быть искусствоведческим курьезом, но как таковые они не являются художественными работами, так как в них отсутствует проявление воли художника». Такой подход дает надежду на то, что ИИ пока не претендует на роль автономного творца. Нейросети могут стать для художника источником вдохновения, инструментом поиска новых форм выражения себя или даже его правой рукой. Но действует машина все-таки в рамках, заданных человеком: запрограммированная на портрет нейросеть вряд ли создаст пейзаж [Кунаковская, 2019].

Но «любой рынок – ... это всегда баланс спроса и предложения. Рынок искусства не исключение: за предложение на нем отвечает художник, спрос обеспечивает коллекционер. Аукционные дома, галереи, дилеры и прочие фигуранты – регуляторы рынка, в теории обеспечивают баланс и экосистему между коллекционером и художником. В теории – поскольку у крупных игроков... велик соблазн иногда чуть сдвинуть чашу весов в сторону предложения – например, явив миру новую звезду, которую предстоит полюбить... и приобрести. И только развитый вкус коллекционера, его образованность в истории искусства и ценообразовании может помешать регуляторам влиять на рынок... именно коллекционер является одной из главных величин на рынке искусства» [Белькевич, 2020 б].

Сегодня на первый план в арт-рынке вышли галереи. Они вкладываются в производство художественных работ и их раскрутку, обеспечивают публикации статей об авторах и каталогов, а также вывозят произведения художника на ярмарки, оплачивая транспортные расходы и аренду выставочных мест, и принимают на себя финансовые риски в случае, если выставленные работы не найдут покупателя.

При этом «вечной» проблемой арт-рынка является ценообразование. Если символическую ценность произведений<sup>1</sup> определяют историки

---

<sup>1</sup> Символическая ценность «представляет собой выражение некоей неопределенной значимости, которую формируют несколько факторов: самобытность, признание со стороны истории искусства, репутация художника, подаваемые его работами признаки оригинальности и долговечности, а также его притязание на самостоятельность и интеллектуальное чутье. Таким образом, символическая ценность включает в себе, помимо прочего, те повышенные требования к искусству, которые были сформулированы еще в XVIII в., в частности Кантом, Шиллером и Винкельманом. В основе их лежит постулат, согласно кото-

искусства, кураторы, художественные критики, то формирование их экономической стоимости остается до сих пор дискуссионным [Черняева, Балахнина, 2021, с. 322]. На цену произведения искусства влияет множество факторов, она зависит как от таланта художника, его трудолюбия, активности, так и от работы, осуществляемой галереей. Цена формируется из нескольких составляющих. Это художественная ценность произведения искусства, труд художника, затраты на материалы и время, прошедшее с момента создания произведения искусства и до момента выставления его на продажу. Но если стоимость материалов можно оценить объективно, просто суммировав все затраты художника на создание произведения, то художественная ценность очень субъективна.

Существуют разные методики и подходы к определению цены произведения искусства. Например, при использовании так называемой затратной методики цена напрямую зависит от затрат на создание произведения, которая корректируется специальными поправками. Поправки рассчитываются исходя из значения, которое имеет произведение: «мировое», «семейное» или «локальное», статуса художника и его популярности. Цена в определенной степени зависит также от размера работы. Небольшая картина одного и того же автора обычно стоит дешевле более крупной, но до определенного предела. Она также зависит от материалов, примененной техники и уникальности. Зачастую стоимость произведения обусловлена статусом покупателя (инвестор, коллекционер, декоратор-оформитель). На практике учитывается несколько составляющих: техническое состояние / качество работы, ценность с позиций искусствоведения, степень известности художника на арт-рынке, предыдущие цены на его картины, понятие редкости (дефицита) работ конкретного художника.

Ключевую роль в формировании интереса к творчеству автора и, соответственно, к стоимости его работ играют самобытность художника, уровень новаторства автора и его определенного произведения. На оценку стоимости работ конкретного автора влияют и такие формируемые экспертами рынка качественные показатели, как персональные выставки, участие в биеннале, наличие работ в значимых частных коллекциях, представленность в музеях, публикации в СМИ. Цена работы примерно одного качественного уровня известного художника всегда выше, чем неизвестного [Костарева, 2022]. Но в любом случае произведение должно иметь «провенанс» – документ, подтверждающий его подлинность<sup>1</sup>.

---

рому искусство должно быть незаинтересованным наслаждением и сохранять свободу от какой-либо специфической функции» [Грав, 2016].

<sup>1</sup>Предполагается, что проблему подделок способна решить технология блокчейн, поскольку информация, зафиксированная в цепочке блоков, не требует вторичного подтверждения при каждой сделке, позволяя проследить весь путь произведения.

### Тенденции развития арт-рынка и новые явления на аукционном рынке в XXI в.

С начала XXI в. на аукционном рынке наблюдается выраженная тенденция к росту продаж современной живописи. Этот маргинальный до конца 1990-х годов сегмент рынка в настоящее время составляет 15% мирового оборота аукционов изобразительного искусства и является основным драйвером его развития, увеличившись на 2100% за 20 лет [20 Years of ... , 2020, p. 4]. За 20 лет в этом сегменте произошли глубокие структурные изменения: количество представленных на аукционах художников увеличилось с 5400 до почти 32 тыс., количество лотов выросло с 12 тыс. до 123 тыс. Рынок рос и расширялся географически: число стран, участвующих в аукционах, возросло с 39 до 64. За 20 лет количество аукционных домов, участвующих в торгах на рынке современного искусства, увеличилось вдвое, количество сессий – втрое, а количество проданных лотов – в шесть раз [20 Years of ... , 2020, p. 8].

Лидирующая роль сегмента современного искусства в определенной степени связана с приходом на этот рынок китайских покупателей. В условиях быстрого подъема китайской экономики одни разбогатевшие предприниматели покупали произведения искусства для создания коллекций, другие – для диверсификации инвестиции. В 2011–2012 гг. на аукционном рынке Китая было продано вдвое больше произведений современного искусства стоимостью свыше 100 тыс. долл., чем во всей Европе [20 Years of ... , 2020, p. 4]. Росту рынка современного искусства способствовали также продолжающаяся глобализация арт-рынка и выход на него покупателей-миллениалов<sup>1</sup>.

Однако фактически три четверти мирового аукционного оборота в сегменте современного искусства генерируются всего 100 художниками из 30 тыс., представленных на аукционах, т.е. экономическое благополучие этого сегмента рынка зависит от 0,3% присутствующих на нем художников (см. Приложение 1).

Второй по величине категорией в продажах произведений искусства является современная скульптура – на нее приходится 16% аукционного оборота. За 20 лет объем продаж вырос на 1485%, благодаря феноменальному росту цен на работы американских авторов Джеффа Кунса и КAWS (Брайан Доннелли), британских художников Дэмиена Хёрста и Энтони Гормли, немцев Мартина Киппенбергера и Томаса Шютте, японцев Такаси Мураками и Ёситомо Нары, итальянца Маурицио Каттелана [20 Years of ... , 2020, p. 23].

---

<sup>1</sup> Миллениалы – это люди, родившиеся в 1980–2000-х годах и выросшие в эпоху цифровых технологий. Они с детства привыкли к Интернету и удобным онлайн-сервисам. Большинству миллениалов от 18 до 39 лет, это самая активная и платежеспособная часть населения на Земле.

В начале 2000-х годов арт-рынок стремился открывать новых художников и новых клиентов в Бразилии, России, Индии, Китае и на Ближнем Востоке. В результате географической экспансии крупных аукционных домов произошла диверсификация продаж, которые были организованы и в Азии, а также созданы специализированные отделы, нацеленные на незападное искусство. Это позволило арт-рынку открыть целый ряд китайских, корейских, японских, африканских и южноамериканских художников. Арт-сообщество также предприняло ряд усилий для устранения в мире искусства гендерного разрыва.

Знаковым событием для современного арт-рынка, которое привлекло огромное внимание специалистов и коллекционеров, стало появление NFT-платформ, на которых желающие могут приобрести оцифрованное изображение предмета искусства<sup>1</sup>.

### **Состояние арт-рынка в XXI в.**

За последние 20 лет арт-рынок, как и вся мировая экономика, столкнулся с двумя глобальными кризисами – финансовым кризисом 2008–2009 гг., считающимся самым глубоким экономическим спадом со времен Великой депрессии 1930-х годов, и кризисом, вызванным панде-

---

<sup>1</sup>Эти платформы являются одновременно NFT-маркетплейсами и NFT-мастерскими, которые создают NFT версию предмета искусства. NFT – невзаимозаменяемый токен (non-fungible token), т.е. хранящийся в блокчейне уникальный цифровой сертификат, который гарантирует оригинальность предмета и предоставляет владельцу эксклюзивные права на него. NFT позволяет любому человеку закрепить за собой право владения любым цифровым объектом искусства и выставить его на продажу [Невзаимозаменяемые ... , 2022]. С помощью NFT можно продать почти любой виртуальный объект – изображения, музыку, тексты, 3D-модели. Но чаще всего речь идет об объектах цифрового (или оцифрованного) изобразительного искусства. Впервые NFT, работающие по системе блокчейн, появились в 2017 г. Началось все с «Криптокотиков» (CryptoKitties) – популярной игры на базе блокчейна криптовалюты Ethereum, запущенной в конце 2017 г., где пользователи могут создавать, покупать, продавать и разводить виртуальных котят. Мир заговорил об NFT после продажи на аукционе Christie's 11 марта 2021 г. JPG-файла в виде коллажа картин американского художника Майка Винкельмана (род. в 1981), известного под псевдонимом Beeple, за 69,3 млн долл. в эфирах, т.е. в криптовалюте Ethereum. Коллаж называется Everydays: The First 5000 Days. В него вошли все картины Beeple за последние 13 лет. Участие Christie's и итоговая сумма сделки создали ажиотаж вокруг нового инструмента. На следующий день после аукциона российский художник Покрас Лампас сделал свой NFT. Оригинал работы был написан на холсте, затем оцифрован и спроецирован на бетонные сооружения Чиркейской ГЭС – крупнейшей гидроэлектростанции Северного Кавказа. После этого художник перевел фото проекции в токен и выставил на продажу. Произведение было куплено за 29 тыс. долл. Художник при этом заявил, что новый формат позволяет поддерживать авторские проекты и развивать криптоарт-комьюнити [Что такое ... , 2021].

Несмотря на внушительные суммы сделок, участники арт-рынка не воспринимают NFT технологии в искусстве всерьез. Однако заядлые коллекционеры уже не дадут этому явлению угаснуть.



мией COVID-19. Во время рецессии 2009 г. продажи на арт-рынке в стоимостном выражении упали на 36%, опустившись до минимума в 39,5 млрд долл. Хотя последствия мирового финансового кризиса затронули почти все сегменты арт-рынка, благодаря буму в континентальном Китае и высоким продажам в США, в 2010 г. он начал восстанавливаться. В результате к 2011 г. объем продаж вырос до 64,6 млрд долл. Хотя бум на китайском рынке закончился в 2012 г., а рост мировых цен замедлился, в 2014 г. рынок достиг пика в 68,2 млрд долл. за счет высоких продаж в других странах. С этого времени темпы ежегодного роста продаж на арт-рынке в целом снизились [The Art Market 2022, 2022, p. 24].

Кризис арт-рынка в 2020 г. Ноа Горовиц, директор Art Basel America<sup>1</sup>, охарактеризовал как крупнейшую рецессию со времен финансового кризиса 2009 г. [The Art Market 2021, 2021, p. 14].

Основные данные о состоянии мирового рынка произведений искусства за последние 12 лет приведены в таблице 1.

Таблица 1  
Динамика развития глобального рынка произведений искусства\*

№ пп	Год	Оборот рынка, млн долл.	Количество сделок, млн ед.
1	2009	39,5	31,0
2	2010	57,0	35,1
3	2011	64,6	36,8
4	2012	56,7	35,5
5	2013	63,3	36,5
6	2014	68,2	38,8
7	2015	63,8	38,1
8	2016	56,9	36,1
9	2017	63,7	39,0
10	2018	67,7	39,8
11	2019	64,4	40,5
12	2020	50,3	31,4
13	2021	65,1	36,7

\*Источник: [The Art Market 2022, 2022, p. 25].

По сравнению с 2019 г. в 2020 г. мировой арт-рынок сократился на 22%. Снижение продаж наблюдалось на всех основных региональных рынках произведений искусства – США, Великобритании и Китая. На рынке США они упали на 24% до 21,3 млрд долл., но остались на 76% выше уровня 2009 г. В Китае – сократились на 12% (до 10 млрд долл.). В Великобритании – снизились на 22% (до 9,9 млрд долл.), что является

<sup>1</sup> Частная международная художественная ярмарка, ежегодно проводимая в Базеле, Швейцария; Майами-Бич; Гонконге, а с 2022 г. – и в Париже, заменив Международную ярмарку современного искусства (Foire internationale d'art contemporain, FIAC).

самым низким уровнем за десятилетие, но все же на 10% выше предыдущего спада в 2009 г. Тем не менее в 2020 г. на эти рынки по-прежнему приходилась большая часть (82%) мирового объема продаж. Рынки США (42%), Китая и Великобритании (по 20%) сохранили свои лидирующие позиции [The Art Market 2021, 2021, p. 17].

В то же время кризис послужил стимулом для реструктуризации арт-рынка. В 2020 г. инвестиции в цифровые технологии привели к существенному увеличению на нем онлайн-продаж. Доля цифрового бизнеса достигла рекордных 25% (12,4 млрд долл.) против 9% в 2019 г. Доля онлайн-продаж в дилерском секторе, включая онлайн-ярмарки, увеличилась в 2020 г. по сравнению с 2019 г. в три раза – с 13 до 39%. На аукционах 22% лотов изобразительного искусства было продано онлайн, что вдвое превышает уровень 2019 г. [The Art Market 2021, 2021, p. 21].

Хотя кризис COVID-19 оказал негативное влияние на совокупные дилерские продажи: в 2020 г. их стоимость снизилась на 20% и составила 29,3 млрд долл. Тем не менее часть дилеров (28%) смогли повысить размер чистой прибыли по сравнению с 2019 г., а часть (18%) сохранить ее уровень за счет снижения основных операционных расходов [The Art Market 2021, 2021, p. 18].

В 2020 г. публичные аукционные продажи произведений искусства (за исключением частных продаж аукционных домов) составили 17,6 млрд долл., что на 30% меньше, чем в 2019 г. Частные продажи, по консервативным оценкам, превысили 3,2 млрд долл. (рост на 36% по сравнению с 2019 г.). Общий объем продаж аукционных домов, включая как государственные, так и частные, составил 20,8 млрд долл.

Доля продаж на публичных аукционах трех крупнейших центров аукционного рынка (Китай, США и Великобритания) в стоимостном выражении осталась неизменной – 81%. Однако Китай обогнал США и стал крупнейшим аукционным рынком с долей в 36%. На долю США пришлось 29, а на долю Великобритании – 16% рынка [The Art Market 2021, 2021, p. 19].

При этом из 365 глобальных художественных ярмарок, запланированных на 2020 г., 61% были отменены<sup>1</sup>, 37% провели живые мероприятия, а оставшиеся 2% работали в гибридном формате. В 2020 г. большинство

---

<sup>1</sup>Первой среди крупных игроков рынка отменила ярмарку в Гонконге, намеченную на 19–21 марта, перенеся продажи в онлайн, Art Basel. Онлайн-ярмарку посетило впечатляющее количество виртуальных посетителей: 250 тыс. по сравнению с менее чем 90 тыс. физических посетителей на Art Basel Гонконг в 2019 г. [20 Years of ... , 2020, p. 52].

В начале марта об отсрочке или отмене заявили и другие ярмарки: пекинская Jingart, миланская Miart, а также Art Paris, Art Berlin и Art Dubai. Ярмарка TEFAF в Маастрихте (Нидерланды) была закрыта за четыре дня до окончания (11 марта 2020 г.) после обнаружения коронавируса у одного из участвовавших галеристов. При этом сразу после открытия TEFAF сообщила о снижении на 27% числа VIP-гостей на вернисаже ярмарки – традиционном дне совершения большинства крупных сделок [Белькевич, 2020 в].

ярмарок (62%) предлагали клиентам онлайн-залы с использованием технологий виртуальной реальности (online viewing room) для просмотра выставок в этом режиме или их цифровую версию. Соответственно резко сократилась доля продаж арт-ярмарок на живых мероприятиях, составив всего 13% от общего объема дилерских поступлений. Несмотря на большое количество отмененных мероприятий, 41% опрошенных состоятельных коллекционеров (HNWI – High-Net-Worth Individuals) сообщили о совершении покупок на ярмарках «вживую», но уже 45% – через онлайн-залы [The Art Market 2021, 2021, p. 20].

По оценкам, в 2020 г. на мировом арт-рынке работало 305 250 предприятий с числом занятых около 2,9 млн человек, в том числе более 2,6 млн человек в галерейном и дилерском секторах, что на 5% меньше по сравнению с 2019 г. При этом в мире насчитывалось 14 250 аукционных домов, включая как онлайн-, так и офлайн-компании. В 2020 г. занятость в этом секторе сократилась почти на 2% в годовом исчислении при значительном снижении этого показателя в некоторых ведущих аукционных домах.

Мировой арт-рынок потратил 16,6 млрд долл. на ряд вспомогательных услуг, непосредственно связанных с бизнесом, что на 16% меньше, чем в 2019 г. Доля расходов на проведение художественных ярмарок, являвшаяся самой большой статьёй вспомогательных расходов в предыдущие годы (24% в 2019 г.), в 2020 г. составила всего 10% от их общего объема. В то же время расходы дилеров и аукционных домов на развитие цифровых технологий по сравнению с 2019 г. выросли на 80% и составили 3,5 млрд долл., став основной статьёй вспомогательных расходов [The Art Market 2021, 2021, p. 22].

Уже в 2021 г. мировой арт-рынок вернулся к росту и восстановил утраченные позиции. Совокупные продажи предметов искусства дилерами и аукционными домами достигли 65,1 млрд долл., что на 29% больше, чем в 2020 г. и превышает уровень «допандемийного» 2019 г. В 2021 г. рост демонстрировали все сегменты рынка, но «чемпионом» по этому показателю был аукционный сектор – по сравнению с 2019 г. продажи на публичных аукционах увеличились на 47%. Частные продажи аукционов выросли чуть более чем на треть, а дилерский рынок в стоимостном выражении – на 18% [The Art Market 2022, 2022, p. 21–22].

Арт-рынок США вернул свои лидирующие позиции, увеличив долю в общемировом объеме продаж в стоимостном выражении до 43%. Продажи в США выросли на 33%, перешагнув отметку в 28 млрд долл. Вторым по величине рынком искусства стал Китай с долей в 20% и объемом рынка в 13,4 млрд долл. Великобритания с долей в 17% (11,3 млрд долл.) осталась на третьем месте. Быстрый подъем данного рынка наблюдался во Франции, где продажи выросли на 50% (до 4,7 млрд долл.), что является самым высоким показателем за последние 10 лет [The Art Market 2022, 2022, p. 21–22].

В 2021 г. продолжилось и расширение онлайн-рынка искусства (+7%). Его объем достиг 13,3 млрд долл. На долю онлайн-продаж пришлось 20% продаж, что на 5% меньше по сравнению с 2020 г., но все же более чем в два раза превышает уровень 2019 г. (9%) [The Art Market 2022, 2022, p. 21–22].

За пределами арт-рынка в 2021 г. наблюдался значительный рост NFT продаж предметов искусства (арт-NFT). Объем арт-NFT на блокчейнах Ethereum, Flow и Ronin вырос с 4,6 млн долл. в 2019 г. до 11,1 млрд долл. в 2021 г. Но если в 2020 г. основную часть транзакций NFT предметов искусства (75%) составляли первичные продажи, то в 2021 г. они сконцентрировались на вторичных рынках (73%). Высоколиквидные и постоянно торгуемые рынки NFT привлекли спекулятивных покупателей. В среднем NFT художественных произведений покупаются и перепродаются примерно в течение одного месяца, тогда как средний период перепродажи произведений искусства на традиционном рынке составляет 25–30 лет [The Art Market 2022, 2022, p. 21–22]. При этом отмечается, что в 2021 г. помимо проблем, касающихся условий и положений платформ NFT (или их отсутствия), возникли вопросы, связанные с разработкой смарт-контрактов с кодированием на блокчейне и их включением в действующую правовую базу, а также с налогообложением, защитой интеллектуальной собственности, подлинностью NFT-произведений и др. [The Art Market 2022, 2022, p. 33].

Хотя многие предприятия успешно адаптировались к новой двухуровневой системе онлайн- и офлайн-продаж и мероприятий, соотношение роста спроса и предложения ясно показало, что цифровой сдвиг мало повлиял на иерархию рынка. Ведущие компании в большинстве секторов в 2021 г. снова начали отдаляться от остальной части арт-рынка. Хотя быстрый рост онлайн-продаж был одним из главных результатов его функционирования за последние два года и способствовал общему увеличению продаж, а также постоянному доступу к расширяющейся глобальной аудитории, пока никаких радикальных изменений в сфере торговли произведениями искусства не произошло [The Art Market 2022, 2022, p. 23–24].

### **Арт-рынок в России**

Десятилетиями существовавшая в Западной Европе модель работы арт-галерей и дилеров с художниками, разработанная П. Дюран-Рюэлем и А. Волларом, в России до начала XX в. не использовалась. В результате практически отсутствовал институт посредников между художником и покупателем. Финансовые интересы контролировались государством (в лице Академии художеств), крупными коллекционерами и самой художественной средой. На цену произведения искусства влияли такие факторы, как зависимость от государственной службы и государственных заказов, частных покупок, принадлежность к художественному объединению.

Хотя в советский период в России и были отдельные меценаты и индивидуальные покупатели, главным заказчиком произведений искусства являлось государство (государственный заказ был назван госмеценатством), поскольку в плановой экономике искусство иначе не выжило бы. В 1930–1980-х годах большую роль в решении проблем художников играли корпоративные организации: товарищество «Всекохудожник», Худфонд и Оргкомитет Союза художников СССР. «Всекохудожник» обеспечивал художникам стабильный заработок и решал многие вопросы их жизнеобеспечения. Распределением государственных заказов и организацией выставок занимался Оргкомитет Союза художников. В 1970–1980-е годы член Худфонда получал гарантированное авансирование от фонда: «зарплату» в размере 250 руб. в месяц. В 1960–1980-е годы произведения искусства, например парадные портреты, заказывали предприятия: фабрики, заводы, шахты, колхозы и т.д. Другими источниками заказов были издательства, графические комбинаты, комбинаты декоративно-прикладного искусства и скульптуры.

Гонорары художников зависели от их регалий и социального статуса. Особым видом дохода было участие в зональных выставках. Общий гонорарный фонд зональной выставки мог составлять до 1,5 млн руб. Деньги выделяло Министерство культуры, Худфонд, крупные предприятия. С участниками выставки заключались договоры (с гонораром до весьма внушительной по тем временам суммы в 5 тыс. руб.) [Черняева, Балахнина, 2021, с. 326]. Помимо государственных официальных заказов, существовал и нелегальный художественный рынок: художники подрабатывали частными заказами.

В целях популяризации и широкого распространения среди трудящихся произведений советского изобразительного искусства в 1962 г. было принято Постановление Совета Министров СССР № 635 «О проведении художественных лотерей». Первая художественная лотерея, в которой разыгрывались 20 тыс. оригинальных произведений живописи, графики, скульптуры и декоративно-прикладного искусства стоимостью от 50 до 1000 руб., была проведена в 1963 г. Эта и все последующие художественные лотереи были исключительно «вещевыми», замена деньгами не допускалась. Всего было проведено 14 лотерей: в 1963, 1966, 1968, 1971 гг. и дальше раз в два года. Номинал билетов всех лотерей составлял 50 коп. [Всесоюзная ... , 2021].

Российский арт-рынок в его современном понимании начал формироваться в начале 1990-х годов. Тогда в Москве было всего две художественные галереи, а в 1993 г. их уже стало около 300 [Гельман<sup>1</sup>, 2005]. В конце 1990-х годов начали работать ежегодные ярмарки «Арт-манеж» и

---

<sup>1</sup> В декабре 2021 г. Министерство юстиции включило М. Гельмана в реестр иностранных агентов // РБК. – 2021. – 30.12. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/30/12/2021/61cdbce59a794703ef7abaae> (дата обращения: 08.09.2021).

«Арт-Москва», аукционные дома. В 2005 г. реально работал только один аукционный дом – Гелиос [Куликов, 2005], в 2021 г. их было уже 15 [Онучина, 2022].

В настоящее время помимо аукционных домов, в структуру российского арт-рынка входит около 100 значимых галерей; примерно 5 тыс. частных арт-дилеров; девять крупных частных коллекционеров и несколько сотен средних и мелких; свыше 20 тысяч профессиональных художников [Седых, 2018, с. 4].

Данные об аукционных продажах русского искусства на внутренних и международных аукционах в 2014–2021 гг. представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Русское изобразительное искусство на внутренних и мировых аукционах, 2014–2021 гг.\***

Показатель / Год		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
На внутренних аукционах	Объем продаж, млн долл.	12,9	4,6	7,1	8,9	7,2	11,8	9,9	11,6
	Средняя доля проданных лотов, %	41	35	44	38	47	54	57	51
На мировых аукционах	Объем продаж, млн долл.	667	575	292	469	525	411	206	352
	Средняя доля проданных лотов, %	49	48	52	47	52	56	58	67

\*Источник: [Онучина ... , 2022].

В 2021 г. и внутренний, и международный рынки русского изобразительного искусства практически вернулись к показателям допандемийного 2019 г. Оборот российского арт-рынка в 2021 г. достиг 11,65 млн долл. против 11,8 млн долл. в 2019 г., а на зарубежных аукционах русское искусство принесло чуть более 350 млн долл. против 409 млн долл. в 2019 г. При этом все больше дорогих лотов продается и покупается онлайн. Хотя лондонские «русские торги», на которых обычно предлагается все самое дорогое и известное, почти полностью восстановили привычный график очных аукционов сначала в июне, а затем (после перерыва) – в конце ноября – начале декабря 2021 г.

Специалисты, однако, считают, что «золотые годы» русских торгов уже прошли. По данным аукционного дома Sotheby's, объем русских торгов составлял 170,7 и 177,7 млн долл. в 2007 и 2008 гг. соответственно. Christie's называет «золотым периодом» этого рынка 2006–2008 гг. и 2014 г. Русские торги в 2006 г. собрали 61 млн долл., в 2007 г. – 136, в 2008 г. – 56 млн, в 2014 г. – 72,4 млн долл. Интерес к русскому искусству

привел к пиковому росту цен: стоимость картин Коровина за первое десятилетие XXI в. выросла в пять раз, Серебряковой – в десять [Жилиева, 2022].

В настоящее время на русское изобразительное искусство приходится менее 1% мирового арт-рынка [Фаляхов, 2021]. Е. Трофимова, партнер консалтинговой компании Deloitte, объясняет это тем, что, хотя «мы совершенно точно движемся от привычного рынка сырьевых продуктов в сторону креативных индустрий», но до сих не научились монетизировать искусство. При этом объемы продаж российской арт-индустрии за рубежом в разы превышают внутренний оборот. Все самое ценное и интересное быстро уходит за границу [Фаляхов, 2021].

Основным барьером на пути развития арт-рынка, с точки зрения его участников, является игнорирование государством интересов этого сектора креативной экономики при решении таких проблем, как идентификация и оценка произведений искусства, упрощение механизма музейных закупок и процедуры таможенного оформления ввоза и вывоза работ современного искусства, поддержка художников путем предоставления им мастерских на некоммерческой основе, а также низкий уровень доходов большей части населения страны (у которой на приобретение произведений искусства просто нет средств) [Дискуссия: когда ... , 2021; Фаляхов, 2021].

### Заключение

По мнению некоторых специалистов, в 2022 г. мир окончательно вступил в эпоху турбулентности<sup>1</sup>, к которой он шел последние несколько лет. Новые условия ведут к локальным «внеочередным» кризисам и ощущению отражаются на рынке искусства – в первую очередь потому, что в XXI в. он из сообщества региональных рынков стал действительно международным и трансграничным. Поэтому ухудшение ситуации в любом регионе мира сказывается на рынке в целом [Белькевич, 2020 а].

После начала спецоперации России на Украине одними из первых на нее отреагировали крупнейшие аукционные дома – Sotheby's, Christie's и Bonhams. Они не только отменили ежегодные аукционы русского искусства, но и полностью прекратили сотрудничество с Россией. На арт-рынок Европы и Америки теперь не могут попасть ни российские галеристы, ни покупатели, которые приносили аукционистам значительную выручку<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Эпоха турбулентности определяется как исторический период, когда учащаются и обостряются социальные и международные конфликты, отягощенные ростом насилия, что находит выражение в настроениях растерянности и тревоги, интенсивности мятежей, революций и войн, захватывающих сильнейшие государства и существенно нарушающих их внутренний социальный порядок, а также порядок международных отношений [Розов, 2019, с. 81].

<sup>2</sup> По данным Deloitte / ArtTactic, ежегодно российские коллекционеры тратили на зарубежных арт-площадках от 1 до 1,5 млрд долл., в то время как закупки предметов русского искусства составляли всего 200 млн долл. [Петрофф, 2022].

Клиенты из России не могут не только покупать, но и выставять лоты на аукцион. Аукционные дома уже подготовили списки нежелательных клиентов [Петрофф, 2022].

Некоторые специалисты считают, что с русскими торгами покончено на несколько лет. Произведения наиболее известных авторов («первые имена») будут продаваться на тематических торгах, а, например, произведения Фаберже – на специальных именных торгах, подобным продаже Christie's коллекции изделий Фаберже, принадлежащих Г. Вульффу, осенью 2021 г. Торги собрали больше 4 млн фунтов стерлингов, изделия Фаберже купили клиенты из 18 стран мира, на долю россиян пришелся 21% лотов. «Арт-рынок – дело живучее, российским деньгам нетрудно будет найти замену» [Жиляева, 2022].

Конечно, удаление России с мирового рынка, учитывая ее долю в 1%, не окажет существенного влияния на его функционирование. Основные тренды развития арт-рынка (усложнение системы дистрибуции; расширение использования онлайн-формата в деятельности аукционов, галерей и ярмарок, доказавшего свою эффективность в период пандемии; развитие торговли современным искусством, включая цифровое и арт-NFT) вероятнее всего продолжатся. Правда, необходимо будет решить целый ряд юридических проблем, касающихся арт-NFT.

Оценки перспектив российского арт-рынка его участниками очень неоднозначны – от растерянности и пессимизма до оптимизма. Начать с того, что часть специалистов и художников давать какие-либо прогнозы не решились, некоторые вообще отказались от комментариев. Но так или иначе все сходятся во мнении, что нынешняя ситуация повлияет на российский рынок искусства очень сильно. Хотя современное российское искусство и так было не очень популярно за пределами страны, многие художники сотрудничали с иностранными галереями, продавали работы за рубежом, выставлялись и были в некоторой степени интегрированы в международные художественные отношения. «Сейчас, очевидно, эта интеграция подвергнется серьезной эрозии». Поэтому мало кто готов прогнозировать, какой будет конфигурация системы современного искусства в России. Некоторые эксперты предрекают значительную просадку рынка, что особенно сильно отразится на молодых художниках, делающих первые шаги [Тупеко, 2022].

Констатируя произошедшее обособление рынков Европы, Америки и России, российские эксперты строят планы создания системы показа и продажи произведений, ориентируя рынок на Россию. И. Бычкова, замдиректора компании «Экспопарк – выставочные проекты», организатор ярмарки «Арт Москва», которая проходит уже 26 лет, отмечает: «Многие годы мы старались играть по правилам западного рынка, чтобы получить признание наших художников и вывести их на мировой уровень цен. А теперь этот уровень мы будем устанавливать сами» [Жиляева, 2022]. По мнению ряда экспертов, сейчас идеальный момент, чтобы построить российский



рынок заново. Е. Куприна-Ляхович, галерист, создатель «Е.К.АртБюро», сравнивает многолетние попытки создания постсоветского художественного рынка по западной модели с карго-культом, т.е. с имитацией процесса. «В России практически не работает ни англосаксонская, ни франкофонная система продаж искусства. Нам нужно искать свой собственный вариант. С британским комфортом, размеренностью, солидностью и французской непосредственностью, где на аукционных торгах с минимальной стартовой ценой складывается атмосфера приключения и саспенса<sup>1</sup>» [Жиляев, 2022].

Некоторые российские эксперты арт-рынка предлагают принять «нулевой вариант». То есть допустить, что ввоз и вывоз произведений искусства из России больше невозможен. Признать, что сегодня самое безопасное место для искусства из российских коллекций – в России. И перевести цены в рубли. По словам В. Овчаренко, галериста, создателя аукционного дома Vladey, «железный занавес уже давно над российским рынком. Иностранцы коллекционеры как вымершие динозавры. Но рынок жив и будет жить. В такие беспокойные времена востребованы или шедевры, или искусство молодых и перспективных».

С. Бурмистров, глава аукционного дома «Литфонд», полагает, что настало время расширять категории торгов: советский дизайн и декоративно-прикладное искусство, советские антикварные и винтажные детские игрушки, советская мода, предметы бытовой техники. «Подчас в самых обычных семьях хранится множество интересных вещей, о ценности которых их владельцы даже не догадываются. У всех этих предметов нет внятного рынка. Наша задача – создать этот рынок, сделать его открытым и понятным». По мнению Бурмистрова, в зоне интересов инвесторов обязательно окажется российский антиквариат [Жиляева, 2022].

По нашему мнению, для поддержки российского арт-рынка целесообразно было бы восстановить советскую практику проведения художественных лотерей, включая NFT-токены. Таким образом, на российский арт-рынок придут новые люди и новые деньги.

### Список литературы

1. Арт-банкинг : инвестиции как искусство // Ведомости. – 2021. – 13.12. – URL: <https://www.vedomosti.ru/spec/2021/12/13/art-banking-investitsii-kak-iskusstvo> (дата обращения: 15.06.2022).
2. Байкова Э. Опыт развития креативных индустрий за рубежом // Экономика и управление : научно-практический журнал. – 2022. – N 1(163). – С. 11–17.

---

<sup>1</sup> Эффект тревожного ожидания.

3. Белькевич Д. Арт-рынок в период кризиса. Часть 3. Войны и политическая турбулентность // ARTinvestment.RU. – 2020 а. – 02.04. – URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200402\\_crisis.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200402_crisis.html) (дата обращения: 31.08.2022).
4. Белькевич Д. Краткая история коллекционирования. Древний мир и Средневековье // ARTinvestment.RU. – 2020 б. – 21.01. – URL: [https://artinvestment.ru/invest/collector/20200131\\_history\\_of\\_collecting.html](https://artinvestment.ru/invest/collector/20200131_history_of_collecting.html) (дата обращения: 01.06.2022).
5. Белькевич Д. Арт-рынок в период кризиса. Часть 1. Эпидемии // ARTinvestment.RU. – 2020 в. – 17.03. – URL: [https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200317\\_epidemic.html](https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200317_epidemic.html) (дата обращения: 31.08.2022).
6. Всесоюзная художественная лотерея 1963–1991 // Ярмарка мастеров. – 2021. – 23.12. – URL: <https://www.livemaster.ru/topic/3588172-blog-vsesoyuznaya-hudozhestvennaya-lotereya-1963-1991-gg> (дата обращения: 16.09.2022).
7. Гельман М. Как продавать искусство // Отечественные записки. – 2005. – № 4. – URL: <https://strana-oz.ru/2005/4/kak-prodavat-iskusstvo> (дата обращения: 05.06.2022). – «30 декабря 2021 года Министерство юстиции Российской Федерации внесло Марата Гельмана в реестр СМИ – “иностраннных агентов”».
8. Грав И. Высокая цена: искусство между рынком и культурой знаменитости // АРТГИД. – 2016. – 29.11. – URL: <https://artguide.com/posts/1143> (дата обращения: 01.09.2022).
9. Дискуссия: когда арт-рынок РФ наполнится деньгами? // Журнал Стратегия. – 2021. – 07.09. – URL: <https://strategyjournal.ru/gosudarstvo/kogda-art-rynok-napolnitsya-dengami/> (дата обращения: 10.07.2022).
10. Долганова Е.А., Хангельдиева И.Г. Арт-рынок: полифункционализм и полифонизм основных субъектов // Социология власти. – 2010. – N 5. – С. 118–128. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-rynok-polifunktionalizm-i-polifonizm-osnovnyh-subektov/viewer> (дата обращения: 01.06.2022).
11. Егорова А.А. Арт-рынок в разрезе: теория, исторические трансформации и современность. – Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2014. – 152 с.
12. Жилиева Я. Как крах рынка русского искусства на Западе может привести к возрождению забытых имен // Mus-col. – 2022. – 10.05. – URL: <https://mus-col.com/press-about-us/31507/> (дата обращения: 07.07.2022).
13. Костарева И. Система оценки : как формируется цена на произведения искусства // Design-mate. – URL: <https://design-mate.ru/read/an-experience/price-for-works-of-art> (дата обращения: 10.07.2022).
14. Креативные индустрии : альтернатива сырьевой экономике // Бизнес России. – 2021. – № 193. – URL: <https://businessofrussia.com/items/article-609-7> (дата обращения: 04.07.2022).
15. Куликов П. Выставка продажи // Коммерсантъ. – 2005. – 24.01. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/861595> (дата обращения: 06.08.2022).
16. Культура и культурные индустрии в РФ : аналитика 2018–2020. Результаты комплексного исследования. – Издание 6-е, исправленное и дополненное. – Москва, 2020. – 88 с.
17. Кунаковская З. Люди больше не нужны: роботы тоже займутся искусством. Что делает искусственный интеллект на арт-рынке // Rb.ru. – 2019. – 22.03. – URL: <https://rb.ru/longread/ai-art/> (дата обращения: 02.08.2022).

18. Надирова Г. Креативная экономика // Eurasian research institute. – URL: <https://www.eurasian-research.org/publication/creative-economy/?lang=ru> (дата обращения: 10.06.2022).
19. Невзаимозаменяемые токены (NFT) – явление года. Что это такое и каков их юридический статус в России? // Digital Rights Center. – 2022. – 17.01. – URL: <https://habr.com/ru/company/digitalrightscenter/blog/646009/> (дата обращения: 04.06.2022).
20. Онучина М. Рынок русского искусства и арт-рынок России. Итоги и основные цифры 2021 года // ARTinvestment.RU. – 2022. – 27.01. – URL: <https://artinvestment.ru/russian-art-market-reports/2021.html> (дата обращения: 02.06.2022).
21. Пашкус В.Ю., Мальцева Ю.М. Предпосылки и проблематизация становления арт-рынка как феномена культуры // Studia Culturae. – 2019. – Вып. 3(41). – С. 176–192. – URL: <http://iculture.spb.ru/index.php/stucult/article/view/1170/1020> (дата обращения: 15.07.2022).
22. Петроглифы в Заполярье стали федеральным объектом культурного наследия // РИА Новости. – 2020. – 08.09. – URL: <https://ria.ru/20200908/petroglify-1576924254.html> (дата обращения: 05.03.2022).
23. Петрофф В. Влияние войны в Украине на русское искусство // Eurasianet. – 2022. – 31.05. – URL: <https://russian.eurasianet.org/%D0%B2%D0%BB%D0%B8%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D1%8B-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5-%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE> (дата обращения: 06.07.2022).
24. Пономаренко В. Как продавалось искусство. История арт-рынка от даосов до импрессионистов // Нож. – 2019. – 20.04. – URL: <https://knife.media/art-market/> (дата обращения: 08.04.2022).
25. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы / Центр междисциплинарных исследований человеческого капитала, Высшая школа экономики. – Москва, 2021. – 20 с. – URL: [https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital\\_NCMU\\_Digest%201\\_Creative%20Industries\\_2021.pdf](https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf) (дата обращения: 18.06.2022).
26. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» // Правительство РФ. – 2021. – 20.09. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 03.06.2022).
27. Розов Н.С. Эпохи турбулентности и их преодоление // Политика. – 2019. – № 1(92). – С. 81–96. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/epohi-turbulentnosti-i-ih-preodolenie> (дата обращения: 01.09.2022).
28. Русских П.И., Михеева А.В. Мировой арт-рынок: особенности функционирования и текущее состояние // СКИФ. – 2021. – 15.02. – URL: <https://sciff.ru/mirovoy-art-rynok/> (дата обращения: 01.06.2022).
29. Салькова А. Быки и руки: найдены древнейшие наскальные рисунки // Газета.ru. – 2018. – 08.11. – URL: [https://www.gazeta.ru/science/2018/11/08\\_a\\_12051043.shtml?updated](https://www.gazeta.ru/science/2018/11/08_a_12051043.shtml?updated) (дата обращения: 01.06.2022).
30. Северюхин Д.Я. Художественный рынок: как это следует понимать в искусствоведении // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2011. –

- Сентябрь. – С. 69–73. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-rynok-kak-eto-sleduet-ponimat-v-iskusstvovedenii/pdf> (дата обращения: 01.06.2022).
31. Седых И.А. Российский рынок предметов искусства / Центр развития ВШЭ. – Москва, 2018. – 61 с. – URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2018/12/18/1144615288/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B2%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%202018.pdf> (дата обращения: 12.06.2022).
  32. Соколов С.Б., Осокин Ю.В. Художественный рынок и наука об искусстве // Статус. – 2017. – № 2(20). – URL: <http://artculturestudies.sias.ru/2017-2-20/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/5239.html> (дата обращения: 04.06.2022).
  33. Соколова Н. Как продавалось искусство // Стиль эпохи. – 2020. – 12.12. – URL: <https://style-epochi.ru/kak-prodavalos-iskusstvo.html> (дата обращения: 06.08.2022).
  34. Стрельников С. Рынок искусства и антиквариата: особенности, тенденции и инвестиции // Финансы и инвестиции. – 2019. – 12.11. – URL: <https://upsidelab-global.com/investicii-v-dragocennosti/rynok-iskusstva-i-antikvariata-93> (дата обращения: 05.06.2022).
  35. Тупеко А. Художникам из России будет еще сложнее прорваться на международный рынок. Хотя это и раньше было непросто // Деловой Петербург. – 2022. – 03.04. – URL: [https://www.dp.ru/a/2022/04/01/Ne\\_do\\_iskusstva](https://www.dp.ru/a/2022/04/01/Ne_do_iskusstva) (дата обращения: 06.06.2022).
  36. Указ Президента РФ от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» // Президент России. – 2014. – 24.12. – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/39208> (дата обращения: 05.07.2022).
  37. Фаляхов Р. «Мы не научились монетизировать арт-рынок»: почему в России не продается искусство // Газета.ру. – 2021. – 08.06. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2021/06/03/13619222.shtml> (дата обращения: 04.07.2022).
  38. Фатеева Н.А. Арт-рынок как социокультурное явление // Омский научный вестник. – 2008. – № 5(72). – С. 85–86. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-rynok-kak-sotsiokulturnoe-yavlenie> (дата обращения: 10.05.2022).
  39. Хестанов Р. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. – 2018. – Т. 17, № 3. – С. 173–196. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-modeli-razvitiya> (дата обращения: 01.06.2022).
  40. Художественный рынок : основные понятия и термины // Финанс. – URL: <https://www.finam.ru/dictionary/wordf0073900028/?page=1> (дата обращения: 01.06.2022).
  41. Черняева И.В., Балахнина Л.В. К вопросу о ценообразовании произведений искусства в процессе исторического развития художественных практик // Вестник славянских культур. – 2021. – Т. 59. – С. 321–329. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_44878476\\_55061471.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44878476_55061471.pdf) (дата обращения: 02.06.2022).
  42. Что такое NFT и почему они приносят миллионы // РБК. – 2021. – 11.03. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/604f3f139a794797b44b7a70> (дата обращения: 30.07.2022).
  43. Шапинская Е.Н. Культурная индустрия vs Искусство с большой буквы: Теодор Адорно // ВикиЧтение. – URL: <https://culture.wikireading.ru/hXj0uDCGvG> (дата обращения: 31.07.2022).

44. An eye on the market: Clare McAndrew // Gagosian Quarterly. – 2022. – 14.06. – URL: <https://gagosian.com/quarterly/2022/06/14/interview-an-eye-on-the-market-clare-mcandrew/> (дата обращения: 09.08.2022).
45. 20 Years of contemporary art auction history 2000–2020 / Artprice. – 2020. – 76 p. – URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2020/20-years-of-contemporary-art-auction-history> (дата обращения: 06.07.2022).
46. Baseline study on Hong Kong's creative industries // Press Release. – 2003. – 16.09. – URL: <https://www.info.gov.hk/gia/general/200309/16/0916249.htm> (дата обращения: 16.07.2022).
47. Creative industries mapping document / CCE. – 1998. – URL: <https://www.creativity-cultureeducation.org/publication/creative-industries-mapping-document-1998/> (дата обращения: 01.07.2022).
48. Hart K. 9 inventions that changed the way we make art // Artsy. – 2017. – 27.12. – URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-9-inventions-revolutionized-artmaking-paint-tubes-neon> (дата обращения: 15.08.2022).
49. Hoog M., Hoog E. L'Histoire du marché de l'art. – Paris : Presses universitaires de France, 1991. – 127 p. – URL: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k4812203j/f19.item> (дата обращения: 01.07.2022).
50. International year of creative economy for sustainable development / UNESCO. – 2021. – URL: <https://en.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021> (дата обращения: 11.07.2022).
51. Lhermitte M., Alvarez H. Rebuilding Europe : 2 ème Panorama européen des industries culturelles et creatives // EY. – 2021. – 25.01. – URL: [https://www.ey.com/fr\\_fr/government-public-sector/etude-d-impact-du-covid-19-sur-le-secteur-du-spectacle-vivant](https://www.ey.com/fr_fr/government-public-sector/etude-d-impact-du-covid-19-sur-le-secteur-du-spectacle-vivant) (дата обращения: 01.07.2022).
52. Marché de l'art | Définition, exemples, histoire et faits // Delphipages. – 2020. – 10.08. – URL: <https://delphipages.live/fr/divers/art-market> (дата обращения: 01.06.2022).
53. Newbiggin J. What is the creative economy? // British Council. – URL: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/> (дата обращения: 01.08.2022).
54. Pratt A.C. Three stages in the life of the creative economy / British Council. – URL: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/three-stages-life-creative-economy/> (дата обращения: 01.08.2022).
55. Secretary of State's foreword / Creative industries mapping documents 2001. – 2001. – 09.04 – P. 00, 03–00, 07. – URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf) (дата обращения: 01.08.2022).
56. The art market 2021. An art Basel & UBS report. – 2021. – 181 p. – URL: <https://www.artbasel.com/stories/art-market-report-2021> (дата обращения: 10.09.2021).
57. The art market 2022. An art Basel & UBS report. – 2022. – 279 p. – URL: <https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market> (дата обращения: 10.06.2022).

*Статья получена: 25.08.2022*

*Одобрена к публикации: 20.09.2022*

**100 топ-результатов на рынке современного искусства  
в 2000–2020 гг.\***

Художник	Количество лотов, ед.	Аукционный рекорд, млн долл.
Жан-Мишель Баския (1960–1988)	33	110,5
Джефф Кунс (1955)	17	91,1
Питер Дойг (1959)	14	28,8
Кристофер Вул (1955)	11	29,9
Мартин Киппенбергер (1953–1997)	4	22,6
Цзэн Фаньчжи (1964)	3	23,3
Деймиан Херст (1965)	3	19,2
Ёситомо Нара (1959)	2	24,9
Чэнь Ифэй (1946–2005)	2	22,6
Керри Джеймс Маршалл (1955)	2	21,1
Маурицио Каттелан (1960)	1	17,2
Марк Гротьян (1968)	1	16,8
Такаси Мураками (1962)	1	15,2
KAWS (1974)	1	14,8
Дженни Савиль (1970)	1	12,5
Бэнкси (1974)	1	12,2
Чжан Сяоган (1958)	1	12,1
Джон Каррен (1962)	1	12
Марк Брэдфорд (1961)	1	12

\*Источник: [20 Years of ... , 2020, p. 16].

**Список 1000 самых успешных современных художников  
по аукционному обороту за период с 2000 по 2019 г.:  
первая десятка и российские художники\***

№ пп	Художник	Место рождения	Аукцион- ный оборот, млн долл.	Лотов продано, ед,	Аукцион- ный рекорд, млн долл.
1	Жан-Мишель Баския (1960–1988)	США	2175,6	1480	110,4
2	Джефф Кунс (1955)	США	938,5	1902	91,1
3	Деймиан Херст (1965)	Британия	695,5	4244	19,2
4	Кристофер Вул (1955)	США	623,8	565	29,9
5	Цзэн Фаньчжи (1964)	Китай	518,5	639	23,2
6	Ричард Принс (1949)	Панама	506,1	1110	9,6
7	Питер Дойг (1959)	Британия	490,5	695	28,8
8	Чжан Сяоган (1958)	Китай	357,4	744	12,1
9	Ёситомо Нара (1959)	Япония	327,7	2727	24,9
10	Кит Харинг (1958–1990)	США	304,4	4806	6,5
.....					
319	Семен Файбисович (1949)	Россия	7,6	47	0,6
462	Леонид Пурьгин (1951–1995)	Россия	4,6	126	0,2
693	Константин Разумов (1974)	Россия	2,5	501	0,03
787	Григорий Гурьянов (1961–2013)	Россия	2,2	30	0,3
789	Гриша Брускин (1945)	Россия	2,2	66	0,4
895	Тимур Новиков (1958–2002)	Россия	1,8	67	0,1
997	Валерий Кошляков (1962)	Россия	1,5	38	0,1

\*Источник: [20 Years of ... , 2020, p. 54–74].