

## Rynek sztuki jako przedmiot zainteresowania twórców teorii ekonomicznych. Ujęcie historyczne

Nadesłany: 15.03.17 | Zaakceptowany do druku: 06.11.17

**Marta Lewenstein\***

Rynek dzieł sztuki i jego historia jest tak naprawdę historią wymiany i przystosowania się do zmiennych potrzeb nabywców, co charakteryzuje również wszystkie inne rynki branżowe. Celem artykułu jest wykazanie ewolucji poglądów ekonomistów na przestrzeni wieków w stosunku do rynku sztuki. W związku z powyższym opracowanie przybliża problematykę dotyczącą rynku sztuki z punktu widzenia historii myśli ekonomicznej. Artykuł opiera się na przeglądzie dostępnej literatury. W pierwszej części pracy została zaprezentowana historia tego rynku. Druga część natomiast skupia się wokół kwestii związanych z rozwojem myśli ekonomicznej. Przedstawione w opracowaniu poglądy ekonomistów, począwszy od XIV w., nie wyczerpują całego spektrum zagadnienia, stanowią natomiast przykłady poglądów osób, których zdanie liczyło się na przestrzeni wieków.

**Słowa kluczowe:** rynek sztuki, historia myśli ekonomicznej, historia rynku sztuki, sztuka.

## The Art Market As an Interest of the Creators of Economic Theory. Historical Perspective

Submitted: 15.03.17 | Accepted: 06.11.17

The art market and its history are in fact the story of exchange and adaptation to the changing needs of customers, which is also characteristic of all other industry markets. The purpose of this article is to demonstrate the evolution of the views of economists, which emerged over the centuries, focusing on the art market. The paper deals with issues connected with the art market from the perspective of history of economic thought. This article is based on a review of available literature. The first part of the work presents the history of this market. The second part is concentrated on issues related to the development of economic thought. The views of the economists presented in the paper, starting from the fourteenth century, do not exhaust the whole spectrum of issue, but are examples of views of the people whose opinions counted over the centuries.

**Keywords:** art market, history of economic thought, history of the art market, art.

**JEL:** Z110, B000

---

\* **Marta Lewenstein** – mgr, doktorantka Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

Adres do korespondencji: Uniwersytet Warszawski, Wydział Zarządzania, ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa; e-mail: marta.lewenstein@gmail.com.

## 1. Wstęp

Rynek dzieł sztuki i jego historia jest tak naprawdę historią wymiany i przystosowania się do zmiennych potrzeb nabywców, co charakteryzuje również wszystkie inne rynki branżowe. Jednak szczególną cechą rynku sztuki jest ściśle powiązanie z historią sztuki w rozumieniu historii zmieniających się nurtów i stylów w sztuce. To sprawia, że jakakolwiek analiza historyczna wymaga interdyscyplinarnego podejścia, które będzie łączyło w sobie wiedzę z wielu dyscyplin naukowych, m.in. ekonomii, historii myśli ekonomicznej, historii sztuki, filozofii, estetyki. Tylko takie kompleksowe podejście może owocować uchwyceniem złożonego i specyficznego charakteru rynku sztuki oraz jego wielowątkowej historii. Celem artykułu jest wykazanie ewolucji poglądów ekonomistów na przestrzeni wieków w stosunku do rynku sztuki. W związku z powyższym opracowanie przybliży problematykę dotyczącą rynku sztuki z punktu widzenia historii myśli ekonomicznej.

Artykuł opiera się na przeglądzie literatury. Wnikliwa analiza treści dostępnych publikacji pozwoliła na zdiagnozowanie braku tego typu opracowań w polskiej literaturze oraz na wyodrębnienie publikacji, które stały się szczególnie pomocne w osiągnięciu postawionego w pracy celu badawczego. W tym sensie artykuł w istotny sposób przyczynia się do wypełnienia luki badawczej. Jest jednym z nielicznych polskich opracowań, które podejmuje się odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób kształtowały się i ewoluowały poglądy ekonomistów na temat rynku sztuki w ujęciu historycznym.

W pierwszej części pracy została zaprezentowana historia rynku sztuki. Druga część natomiast skupia się wokół kwestii związanych z rozwojem myśli ekonomicznej. Przedstawione w opracowaniu poglądy ekonomistów, począwszy od XIV wieku, nie wyczerpują całego spektrum zagadnienia, stanowią natomiast przykłady, poglądów osób, których zdanie liczyło się na przestrzeni wieków.

## 2. Definicja dzieła sztuki

Do XIX wieku teoria naśladownictwa była wystarczająca, by zdefiniować pojęcie *sztuki*. W myśl tej teorii powszechnie twierdzono, że istotą dzieła sztuki jest reprezentacja czegoś. Obrazy czy rzeźby coś przedstawiały ewidentnie lub z założenia, literatura opisywała, a muzyka w powszechnej opinii również coś reprezentowała. Skupiano się wokół relacji dzieła sztuki do jego tematu. Jednak rozwój twórczości nieprzedstawiającej szybko dowiódł, że nie jest to wystarczające, by trafnie uchwycić definicję pojęcia *sztuka*. Rozwinęła się zatem ekspresyjna teoria sztuki, która ukazała twórczość artystyczną od zupełnie innej strony. Nawiązywała do relacji dzieła sztuki i jego autora. Sztuka była tu wynikiem natchnienia i ekspresji artysty. Obie wyżej wspomniane koncepcje wskazywały na ważną cechę sztuki – jej relacyjne aspekty.

G. Dickie, uznając powyższe teorie za niewystarczające, podjął próbę zredefiniowania pojęcia *dzieła sztuki*, wprowadzając zupełnie nowe podejście. Uważał, że świat sztuki posiada wiele systemów o własnej genezie i rozwoju historycznym. Każdy z nich jest pewną ramą dla zaprezentowania dzieł sztuki, a biorąc pod uwagę różnorodność systemów sztuki, zrozumiałe jest, że nie da się wyróżnić widocznych cech wspólnych wśród różnych dzieł sztuki. Świat sztuki składa się z systemów: teatru, malarstwa, rzeźby, literatury, muzyki itd. Często nie jesteśmy nawet w stanie określić ich granic. Każdy z tych systemów stwarza instytucjonalną podstawę nadawania statusu sztuki utworom znajdującym się w obszarze danej dziedziny (Dickie, 1984).

Sztuka według Dickie'go jest pojęciem instytucjonalnym, a świat sztuki funkcjonuje na zasadzie praktyki zwyczajowej. Nie musi posiadać formalnie ustanowionego prawa w postaci konstytucji czy przepisów, by być instytucją społeczną i móc udzielać statusu. Instytucjonalna teoria sztuki zakłada, że dzieło sztuki jest tworem, któremu ktoś – czasem nawet jedna osoba reprezentująca i działająca w imieniu świata sztuki – nadał imię dzieła sztuki, a oznakami nadania tego statusu może być np. zawieszenie w muzeum albo wystawienie na scenie. Dickie podkreśla również kwestię oryginalności. To właśnie ona jest wstępnym wymogiem, który utwór musi spełnić, by kandydować do nadania mu statusu sztuki. Zatem do definicji *sztuki* według Dickie'go należy dodać klauzulę oryginalności. Z punktu widzenia teorii instytucjonalnej wcześniejsze teorie naśladownictwa i ekspresji są nieporozumieniem, ale przyznać należy, że zwracają uwagę na aspekty sztuki odgrywające ważną rolę (właściwości przedstawieniowe i ekspresyjne), stąd też można uznać, że teorie te nadal mogą pełnić jakąś funkcję (Dickie, 1984).

Dzieła sztuki w rozumieniu ekonomicznym przyjmują diametralnie inną definicję, a ich określenie jest znacznie prostsze, niż ma to miejsce z punktu widzenia filozofii, estetyki czy historii sztuki. Zatem definicja dzieła sztuki w języku ekonomii z pewnością z punktu widzenia powyżej wspomnianych dyscyplin naukowych budzi wiele kontrowersji, ale nie można jej zanegować. Dzieło sztuki jest pewnego rodzaju towarem o wysokim stopniu heterogeniczności oraz wartości artystycznej czy estetycznej, który zaspokaja potrzeby nabywcy i nadaje się do obrotu, a proces twórczy artysty jest również procesem pracy. Dzieła sztuki będące nośnikami pewnych wartości uniwersalnych (np. religijnych, społecznych) są traktowane przez społeczeństwo jako przedmioty innej kategorii w stosunku do pozostałych towarów konsumpcyjnych, takich jak artykuły spożywcze, samochody, nieruchomości itd. Wielu badaczy uznaje je za dobra luksusowe. Niewątpliwie stanowią one również dobra kulturowe będące przedmiotem wymiany pomiędzy uczestnikami rozmaitych procesów społecznych (Karwińska, 2013, s. 59). Dobra kulturowe można zdefiniować przez pryzmat ich cech. Według D. Throsby'ego charakteryzują się one pewną kreatywnością, mają na celu tworzenie i przekazywanie znaczenia symbolicznego oraz są przedmiotem własności intelektualnej (Throsby, 2010, s. 19–20).

### 3. Historia rynku sztuki

Początków rynku sztuki można się doszukiwać już w starożytności. Należy jednak podkreślić, że nie był to rynek w dzisiejszym tego słowa znaczeniu. Obieg sztuki w społeczeństwach pierwotnych czy w czasach antycznych nie został dokładnie zbadany i trudno jest jednoznacznie określić to zjawisko, ponieważ brakuje w tym zakresie wiarygodnych danych. Można jedynie spekulować na temat relacji między artystą a nabywcą. Przepuszczalnie w społeczeństwach pierwotnych nie było czegoś, co przypominałoby dzisiejszy rynek sztuki. Nie istniał żaden odpowiednik pieniądza, a jego zastępcze postaci rzadko miały taki sam ekwiwalent w stosunku do wszystkich dóbr, które były w obiegu. Prawdopodobnie kierowano do artysty zamówienie, a artysta po stworzeniu dzieła otrzymywał zapłatę, która nie miała cech rynkowych – możliwe, że była ustalona zwyczajowo, np. zależnie od statusu zleceniodawcy (Golka, 1991). Handel dziełami sztuki od zarania dziejów był ściśle powiązany z powstaniem kolekcjonerstwa. Głównie za sprawą imperium rzymskiego pojawiło się zjawisko zbierania dzieł sztuki w znacznej mierze pochodzących z grabieży podbitych terenów Grecji. W tym czasie kupcy trudnili się m.in. wyszukiwaniem i handlowaniem dziełami sztuki, które były pożądane przez rzymskich notabli (Ciechanowiecki, 1997, s. 123). Szczególny rozkwit kolekcjonerstwa miał miejsce w XV wieku we Włoszech, gdzie powstawały znane w całej Europie, m.in.: kolekcje Studiolo Piero de Medici we Florencji, Cortile di Belvedere w Rzymie, ustanowiona za pontyfikatu Juliusza II i rozwijana przez późniejszych papieży, czy medycejska kolekcja Uffici (Golka, 1991).

M. Golka w swoich rozważaniach na temat rynku sztuki twierdzi, że zarówno w starożytności, średniowieczu i renesansie trudno jest mówić o istnieniu rynku sztuki. To okresy, gdzie mecenat i bezpośrednie zamówienia u twórców miały dominujące znaczenie dla utrzymania statusu artysty (Golka, 1991). A. Ciechanowiecki zauważa, że w średniowieczu działalność handlarzy praktycznie zanikła i ustąpiła miejsca zjawisku tworzenia dzieł sztuki na zamówienie (Ciechanowiecki, 1997, s. 123). Artysta miał za zadanie podporządkować się ściśle określonym wytycznym swojego klienta. Nabywca natomiast płacił za dzieło cenę, którą sam ustalił. Było to jedną z najistotniejszych cech mecenatu i znacząco odróżniało go od obiegu rynkowego. W średniowieczu i renesansie mamy do czynienia z upowszechnionym zjawiskiem mecenatu sztuki, gdzie wyraźnie wyodrębnione są role zamawiającego i artysty – rzemieślnika. Obieg sztuki determinuje popyt, a nie podaż. Proces twórczy nie jest zależny od własnych inspiracji artysty, a zamówienia składane przez odbiorcę są często związane z praktycznym zastosowaniem dzieła, np. powieszeniem obrazu sakralnego w kościele. Konsument i jego oczekiwania stanowią punkt wyjścia dla działań artystycznych (Golka, 1991).

Dopiero w początkach XIV wieku historycy doszukują się pierwszych oznak urynkowania sztuki. N. De Marchi i H.J. van Miegroet uważają, że

pierwsze dowody na detaliczny handel dziełami sztuki na rynku pierwotnym pochodzą z XV wieku z Włoch i Niderlandów – z Florencji i Brugii (De Marchi i van Miegroet, 2006). Artyści wtedy właśnie zaczynają tworzyć „na zapas”, dzieła wystawiają na ladach sklepowych czy sprzedają za pośrednictwem wędrownych kupców. Ta nieśmiała jeszcze forma działalności wywarła spory wpływ na sztukę tamtego okresu – rozpowszechnienie samych dzieł sztuki, ale również technik artystycznych, stylów czy form estetycznych. Powoli dochodzi do odwrócenia się relacji między twórcą a klientem. Artyści z biegiem lat uniezależniają się od nabywców. Zmiany na rynku doprowadzają do zwiększenia się specjalizacji wśród malarzy czy rzeźbiarzy. Aspekty handlowe wymagają od nich prac, które spotkają się z większym zainteresowaniem potencjalnych nabywców. Na rynku pojawiają się artyści specjalizujący się m.in. w portretach, pejzażach czy tematyce sakralnej. Rozluźnienie relacji artysta–nabywca powoduje, że malarze pracują na skład i często nawet nie mają kontaktu ze swoimi klientami. Kupcy natomiast traktują dzieła sztuki jak każdy inny towar (Golka, 1991). W XVI wieku we Włoszech i w Niderlandach miasta zaczynają reglamentować handel sztuką, a podaż dzieł sztuki przewyższa popyt na nie. Handlem sztuką zajmowali się tam często przydrożni kupcy i kramarze, a także niektórzy malarze sprzedający swoje obrazy oraz prace kolegów po fachu. W XVI wieku w Niderlandach liczba handlarzy była tak znacząca, że poszczególne miasta musiały ograniczyć import dzieł sztuki, zezwalając na handel tylko osobom należącym do cechu malarzy. Można przypuszczać, że mecenat ustąpił miejsca rynkowi sztuki w momencie, gdy wśród nabywców zaczyna dominować drobnomieszczactwo i chłopstwo (Hauser, 1974).

Początków współczesnego rynku sztuki można doszukiwać się w XVII wieku w Niderlandach, gdzie rozwój handlu stopniowo uniezależniał artystę od mecenasa i umożliwił nadanie mu statusu rzemieślnika posiadającego własny warsztat. Rynek sztuki wraz ze swoim mechanizmem rynkowym oraz strukturami szczególnie rozkwitł przeżywał pod koniec XVII stulecia za sprawą niderlandzkich kolekcjonerów, którzy masowo zaczęli tworzyć prywatne kolekcje wystawiane w tzw. *Kunstkammern* (gabinetach sztuki). Pod koniec XVIII wieku powstały pierwsze domy aukcyjne. A wśród nich najbardziej liczące się na świecie – Christie’s i Sotheby’s (Korzeniowska-Marciniak, 2001, s. 55). Po dziś dzień domy te rywalizują ze sobą i wykazują różne strategie aukcyjne (Ashenfalter, 2003, s. 32–39).

W XVIII wieku pojawiły się również sprzedaże większych zbiorów sztuki. Zdarzało się, że arystokraci europejscy podróżowali po całym kontynencie w celu zapoznania się z wystawianymi na sprzedaż prywatnymi kolekcjami sztuki. W XIX wieku domy aukcyjne, galerie, sklepy handlujące dziełami sztuki zakładano już w całej Europie. Kolekcjonerzy tworzyli publiczne i prywatne kolekcje obejmujące nawet tysiące dzieł sztuki. W Paryżu i Monachium powstały dwa najbardziej liczące się ośrodki handlu sztuką i to właśnie tam przyjeżdżali artyści, marszandzi oraz kolekcjonerzy sztuki. W XX wieku

Monachium zdecydowanie straciło na znaczeniu, a na mapie świata pojawiło się nowe centrum handlu sztuką – Nowy Jork (Golka, 1991).

Warto podkreślić, że z biegiem czasu zmienił się również sposób wyceny dzieł sztuki. Od końca XIX wieku sygnatura artysty stała się swoistego rodzaju znakiem towarowym oraz najważniejszym wyznacznikiem ceny dzieła sztuki. Wartość zaczęła zależeć w dużej mierze od procesu twórczego artysty i jego sygnatury, która również w dzisiejszym świecie zapewnia o oryginalności pracy. Artysta nie musiał być już rzemieślnikiem podejmującym narzucone z góry tematy, np. przez zamawiającego lub przez wymogi obowiązującego stylu w sztuce w danym okresie, w pracy mógł się kierować własną inspiracją. Powoli wycena dzieła sztuki stała się niemożliwa bez znajomości nazwiska artysty (Sagot-Duvauroux, 2003, s. 57–58).

Współczesny rynek sztuki w dalszym ciągu się rozwija. Z roku na rok wzrastają jego obroty, a na aukcjach padają coraz to nowsze rekordy. Rynek ten jest przesycony wartościowaniem sztuki na podstawie wielu aspektów związanych z: krytyką artystyczną, modą, ideologią towarzyszącą wyborom, osobistym upodobaniem nabywcy itp. Uwarunkowania popytu na dzieła sztuki zdecydowanie wykazują różnice w porównaniu z innymi dobrami. Można wyróżnić trzy podstawowe motywy oddziałujące na zachowania konsumentów na rynku sztuki. Pierwszy odnosi się do samego dzieła sztuki i jest związany z zaspokojeniem potrzeb estetycznych klienta. Drugim jest aspekt finansowy i przeświadczenie, że dzieło sztuki stanowi inwestycję. Trzeci uwzględnia chęć przynależności konsumenta do określonej klasy społecznej (Velthuis, 2011, s. 33–34). Warto podkreślić, że rynek sztuki jest specyficzny ze względu na heterogeniczny charakter samego przedmiotu wymiany. Dzieła sztuki wyróżniają się na tle innych dóbr konsumpcyjnych ze względu na swoją unikatowość i niepowtarzalność. To w znaczący sposób utrudnia skonstruowanie rzetelnych praw rządzących tym rynkiem i wskazuje na istotny brak założenia rynku doskonałego z homogenicznymi towarami (Białynicka-Birula, 2005). Wysoki stopień heterogeniczności, mała przejrzystość, niewielka płynność, nieelastyczna lub sztywna podaż (uzależniona od życia artysty) oraz rosnący popyt to kwestie, które sprawiają, że rynek sztuki rządzi się innymi prawami niż w przypadku innych rynków branżowych. Mechanizmy na nim działające trudno poddać jednoznacznej interpretacji ekonomicznej.

Najnowszy *TEFAF Art Market Report 2017*, przygotowany przez Uniwersytet w Maastricht, Artnet i Europejską Fundację Sztuk Pięknych (European Fine Art Foundation – TEFAF), wykazuje, że łączna sprzedaż dzieł sztuki w 2016 r. wyniosła aż 45 miliardów dolarów, co oznacza wzrost o 1,7% w stosunku do roku 2015. Przedstawia obraz stabilnego rynku, charakteryzującego się sukcesywnym wzrostem obrotów. W raporcie wykazano 20% wzrost wartości sprzedaży galeryjnej w stosunku do roku 2015. W 2016 r. sprzedaż galeryjna osiągnęła wartość 27,9 miliarda dolarów. Udział sprzedaży aukcyjnej natomiast spadł o 18,75%, osiągając wartość 16,9 miliarda dolarów.

Pomimo 18,8% spadku wartości dolara, ceny dzieł sztuki na aukcjach nie spadły mniej niż o 8,6%. Na świecie odnotowano również spadek liczby sprzedanych dzieł sztuki podczas aukcji. W Stanach Zjednoczonych było to aż o 41% mniej. W 2016 r. Chiny osiągnęły największy udział w rynku globalnym pod względem wartości sprzedaży aukcyjnej – 40,5%. Na drugim miejscu była Europa – 31%, a na trzecim Stany Zjednoczone – 27,5%. W raporcie podkreślono również wzrost znaczenia pośrednictwa domów aukcyjnych i galerii w prywatnej sprzedaży dzieł sztuki. Gdy uwzględnimy prywatną sprzedaż na aukcjach dzieł sztuki, wartość sprzedaży aukcyjnych ogółem na trzech kontynentach staje się bardziej równomiernie rozłożona. Udział głównych graczy plasuje się na poziomie: Chiny 36%, Europa 33%, a Ameryka 30%. Uwzględniając sprzedaż galeryjną, globalny rynek sztuki został zdominowany przez trzy wielkie rynki narodowe w Stanach Zjednoczonych, Chinach i Wielkiej Brytanii, gdzie odnotowywano sprzedaż dzieł o najwyższej wartości. Stany Zjednoczone na pozycji lidera na światowym rynku sztuki osiągnęły 29,5% udziału w całym rynku, Wielka Brytania – 24%, a Chiny – 18%. Wśród najprężniej rozwijających się i najbardziej dochodowych domów aukcyjnych znajdują się już od lat: Christie's, Sotheby's oraz Poly International (The European Fine Art Foundation, 2017).

#### 4. Historia myśli ekonomicznej w kontekście rynku sztuki

Zainteresowań badawczych dotyczących sztuki i kultury można doszukiwać się nawet w odległej przeszłości. Już w XVI wieku Jean Bodin rozważał czynniki determinujące ceny dzieł sztuki. W XVII wieku takie zainteresowania wydawały się podejrzane, upatrywano w nich wyłącznie marnotrawstwo czasu i kaprys arystokracji lub niebezpieczną rozrywkę klas robotniczych. W XVIII wieku myśliciele ekonomiczni mieli już bardziej przychylne podejście. Bernard de Mandeville i Ferdinando Galiani – zwolennicy merkantylizmu – zauważyli, że ceny dzieł sztuki są determinowane przez popyt na nie, często również przez modę czy poszukiwanie czegoś wyjątkowego. Oświeceniowi myśliciele ekonomiczni byli natomiast zainteresowani wieloma aspektami rynku sztuki. David Hume i Anne Robert Jacques Turgot rozważali nad pozytywnymi korzyściami społecznymi, jakie wywołuje sztuka. Adam Smith dodał również kilka wskazówek, które skupiały się wokół rynku sztuki, a nie zostały podjęte nigdy wcześniej przez innych badaczy. Jego następcą, Jeremy Bentham był natomiast zadania, iż kultura (w tym również sztuka), tradycja czy zwyczaje nie mają znaczenia w ekonomii. Na przełomie wieków XVIII i XIX przedstawiciele Niemieckiej Szkoły Historii (do której należeli amerykańscy ekonomiczni – Thorstein Veblen, John R. Commons, W.C. Mitchell, Clarence Ayres oraz europejscy – Max Weber, Sydney i Beatrice Webb, Selig Perlman oraz Joseph Schumpeter) podkreślali znaczenie kultury w kształtowaniu zachowań ekonomicznych podmiotów rynkowych (Chartrand, 1990). Zaś na

początku XX wieku John Maynard Keynes w znaczący sposób przyczynił się do zmiany poglądów na kwestie obrotu dziełami sztuki. W późniejszym czasie, w latach 60. XX wieku ukształtowała się nowa subdyscyplina ekonomii, tzw. ekonomika kultury, która dziś skupia się m.in. na badaniach dotyczących rynku sztuki.

#### **4.1. Jean Bodin, Bernard de Mandeville, Ferdinando Galiani**

Jean Bodin, Bernard de Mandeville, Ferdinando Galiani byli jednymi z pierwszych, którzy snuli rozważania nad czynnikami determinującymi ceny dzieł sztuki. Uważali, że wartość dóbr luksusowych, w tym dzieł sztuki, w przeciwieństwie do innych towarów, w wypadku których ceny odzwierciedlają koszty ich wytworzenia, są determinowane przez stronę popytową (Goodwin, 2006). W XVI wieku Bodin zauważył, że ceny dóbr luksusowych wzrastały, gdy były one kupowane lub propagowane przez króla, np. poprzez patronat. Według niego ludzie zawsze obserwowali władcę i byli ulegli wobec jego upodobań. W konsekwencji cena dóbr preferowanych przez króla rosła, chociaż rzeczy te w rzeczywistości wcale nie były tyle warte. Na przykład w ten właśnie sposób Cesarz Karakalla nadał wartość złotemu bursztynowi, który darzył szczególnym upodobaniem, ponieważ – jak mówi historia – był to kolor włosów jego ukochanej. Bodin uważał, że kiedy królowie widzą, że poddani mają mnóstwo takich samych rzeczy, które sami posiadają lub kolekcjonują, obojętnieją, co owocuje spadkiem poziomu cen. Naturalną przyczyną wzrostu cen dóbr luksusowych było według Bodina bogacenie się społeczeństwa. Wysoka cena luksusowych dóbr konsumpcyjnych stawała się pewnym wyznacznikiem nadawania przedmiotom określonego statusu i stanowiła atrakcyjną cechę dla tych, którzy chcieli demonstrować swoją zamożność (Bodin, 1947).

Na przełomie wieków XVII i XVIII Bernard de Mandeville również podejmował rozważania dotyczące rynku sztuki. Stwierdził, że można wyróżnić cztery czynniki determinujące ceny dzieł sztuki: sławę autora, reputację właściciela posiadającego dane dzieło sztuki, unikalność (w sensie niepowtarzalności) oraz wierność odwzorowania natury – szczególnie tej przynoszącej na myśl pozytywne odczucia. Mandeville podkreślał, że wielcy mistrzowie nie malują dla zwykłych ludzi, malują dla klasy wyższej. Sztuka powinna bardziej przedstawiać zasady moralne, niż być dokładnym odzwierciedleniem natury. Jego rozważania prowadzą do powolnej zmiany w postrzeganiu dzieł sztuki przez ekonomistów. Wizja dzieła sztuki jako zabawki dla wyższych klas, kupowanej w celu podkreślenia reputacji, powoli ewoluuje i ustępuje postrzeganiu obiektu dzieła sztuki w kategorii cnoty (Mandeville, 1924).

Ferdinando Galiani natomiast powiązał poziom cen dzieł sztuki z siłą panujących trendów. Jego zdaniem to właśnie moda rzutowała na ceny dzieł sztuki. Drugim komponentem decydującym o cenie była unikalność dzieła i brak substytutów. Cena w pewien sposób nawiązywała do potrzeb i pragnień kupca (Galiani, 1947).



#### 4.2. David Hume i Anne Robert Jacques Turgot

W połowie XVIII wieku D. Hume i A.R.J. Turgot zaprezentowali świeże spojrzenie na kwestię sztuk pięknych. Hume odrzucił wcześniejsze przesądzenie, że luksus i sztuka wiązały się z marnotrawstwem, rozrzutnością i występnością. Argumentował, że w zależności od tego, co będziemy czerpać z luksusu, tak on może być postrzegany – jako cnotliwy lub występny, społecznie korzystny lub szkodliwy. Znaczenie słowa luksus nie było jego zdaniem takie oczywiste i mogło mieć pozytywny bądź negatywny wydźwięk. Hume, dokonując rozróżnienia między cnotą i występkiem, wypracował poglądy, które wpłynęły znacząco na humanistykę i sztukę w wiekach XIX i XX. Jego próba ustanowienia sztuki jako kategorii szczególnej została jednak odrzucona przez dyscypliny ekonomiczne. Zauważył on, że luksusowe życie łatwo owocowało rozrzutnością i było społecznie szkodliwe. Jednak obserwacje historyczne Hume'a dotyczące dziedzin takich jak sztuka doprowadziły go do wniosku, że sztuka implikowała wzrost poczucia szczęścia i cnotliwości.

W eseju *O doskonaleniu sztuki* z 1760 r. Hume podkreśla: „Zbytek (luksus) jest słowem o nieokreślonym znaczeniu i może być rozumiany zarówno w dobrym, jak i w złym sensie. Ogólnie biorąc, zbytek oznacza wyrafinowane dogadzanie zmysłom i każdy jego stopień może być niewinny lub godny potępienia, w zależności bądź od epoki, bądź od kraju, bądź od przynależności stanowej danej jednostki. Tylko komuś, kto ma umysł zaćmiony przez szal fanatyzmu, może przyjść do głowy, że dogadzanie sobie zmysłom lub folgowanie sobie w jedzeniu, trunku czy strojach jest samo przez się występkiem. (...) Takie folgowanie sobie jest wtedy tylko występne, gdy czynimy to kosztem jakiejś cnoty, jak hojność czy miłosierdzie. (...) Natomiast gdy nie ograniczają cnoty, lecz pozostawiają człowiekowi jeszcze dostateczne środki do wspomagania przyjaciół, krewnych i tych, którzy zasługują na jego hojność lub współczucie, wówczas są całkowicie nieszkodliwe i po wszystkie czasy uważane były za takie przez niemal wszystkich moralistów (...).” (Hume, 2013, s. 216–217).

Hume usiłował pogodzić dwa skrajne panujące w XVIII wieku stanowiska dotyczące luksusu: z jednej strony libertynów pochwalających nawet występny zbytek, z drugiej strony osób o surowych zasadach moralnych, którzy potępiali nawet najniewinniejsze luksusy. Hume zbadał „wpływ wyrafinowanej kultury” na „życie prywatne i publiczne” (Hume, 1955). Zaznaczał istnienie związku pomiędzy postępowaniem w sztukach mechanicznych i w sztukach wyzwolonych: „Jedne nie mogą bowiem osiągnąć doskonałości, gdy im nie towarzyszą drugie. Czasy, które wydały wielkich filozofów i polityków, sławnych wodzów i poetów, obfitują zazwyczaj także w zręcznych tkaczy i cieśli okrętowych. Rozsądnie rzecz biorąc, nie można się spodziewać, aby naród, który nie zna astronomii lub zaniedbuje etykę, potrafił wyprodukować sztukę najlepszego wełnianego materiału. Duch czasu przenika wszelkie sztuki, a umysły ludzkie, gdy wreszcie zbudzą się z letargu, zaczynają się

burzyć i działać we wszystkich dziedzinach, wnosząc postęp do każdej nauki i sztuki” (Hume, 1955, s. 217).

Refleksje oraz analizy historyczne Hume’a prowadzą do stwierdzenia, że rozwój sztuk sprzyja wolności i przyczynia się do tworzenia i podtrzymywania rządu liberalnego (Hume, 1955). Twierdził on, że niewinne luksusy, takie jak sztuka, dawały korzyści psychologiczne i wywierały wpływ na zachowania ściśle związane z przejawami życia prywatnego i publicznego.

Żyjący również w XVIII wieku A.R.J. Turgot był także zainteresowany zjawiskiem zróżnicowanego tempa wzrostu różnych narodów. Przyczyny tego zjawiska upatrywał w postępie nauki i sztuki oraz towarzyszących im na przestrzeni wieków przewrotach. Twierdził, że to kapitał intelektualny społeczeństwa determinuje rozwój polityki i ekonomii. Swoje stanowisko ukształtował bardziej na podstawie badań historycznych niż na modelach ekonomicznych i zachowaniach społecznych. Tłumaczył, że wzrost ekonomiczny rządzi się takimi samymi prawami jak natura, która jednych w nadmiarze obdarowuje talentami, a innym ich skąpi. Jednak to odpowiednie okoliczności sprawiają, czy dane talenty się rozwijają bądź zostają pogrzebane. Turgot do zaprezentowania swoich teorii posłużył się historią starożytnej Grecji, udowadniając, że rozwój intelektualny i artystyczny był przyczynkiem rozwoju całego społeczeństwa. Dowodził, że stawianie sztuk pięknych na piedestale było sposobem Greków na sukces w innych sferach rozwoju (Turgot, 1973, s. 49–117).

Zarówno w rozważaniach Hume’a, jak i Turgota nie ma już mowy o tym, że sztuka jest nikomu niepotrzebnym luksusem. Pojęcie luksusu rozumiane w negatywnym tego słowa znaczeniu zrodziło się z ludzkiej próżności i nie traktuje dzieł sztuki jako obiektów dobrego gustu, ale jako obiekty, które są szeroko pożądane.

W swoich rozważaniach Turgot postawił granicę między nauką a sztuką. Sukces nauki był jego zdaniem ograniczony przez kilku naukowców, którzy starali się odkryć i ustanowić prawa rządzące naturą. Sztuki natomiast bazowały na talencie, wyobraźni i kształtowaniu całego środowiska artystycznego. Wiedza i nauka mają charakter nieskończony, sztuka, której zadaniem jest zadowalać, jest w pewien sposób ograniczona tylko i wyłącznie przez nas samych. Z rozważań Turgota wynika, że patronat nad sztuką, stworzenie jej odpowiednich warunków rozwoju oraz mecenat jest równie potrzebny jak sama kreatywność artystów. Doszedł do wniosku, że rozwój kulturowy był antropologiczną przyczyną powstania sztuki oraz przyczynił się do rozwoju we wszystkich sferach życia, włączając w to również ekonomię. Rozwój i różnice między narodami tłumaczył przez pryzmat rozwoju kulturowego. Początki sztuki Turgot upatrywał w rozwoju muzyki, tańca i poezji. To właśnie one były czymś, co w naturalny sposób wynikało z natury człowieka i umożliwiało mu wyrażanie siebie. Malarstwo, rzeźba, design mają wiele wspólnego z poezją, ponieważ w naturalny sposób umożliwiają wyrazić uczucia, które towarzyszą artyście. Rozwój w sztuce, jak i innych sferach

gospodarki wymaga zdaniem Turgota stworzenia warunków konkurencji pomiędzy aspirantami. Im więcej osób konkuruje między sobą, tym bardziej najlepsi wyróżniają się spośród pozostałych. Wielcy artyści w pewien sposób są kształtowani przez obecność słabszych na rynku. To właśnie pozwala im wyróżniać się z tłumu (Turgot, 1973).

Turgot twierdził, że chęć imponowania poprzez posiadanie sztuki nie jest dobra dla mecenatu sztuki i niszczy jakość artystyczną. Kiedy chęć imponowania przez sztukę dominuje, sztuka charakteryzuje się podatnością na modę i wirtuozerią techniczną, a nie jest wynikiem prawdziwej kreatywności. Z czystym sumieniem można uznać, że Turgot był zaskakująco nowoczesny w swoich poglądach. Ekstrawagancki luksus – sztuka, w której nadmiar wynika z ludzkiej próżności, wiąże się np. z nadmiarem ornamentyki, psuje poczucie dobrego smaku. Z powodu własnej próżności i chęci imponowania ludzie nie szukają już przyjemności wynikającej z obcowania ze sztuką, która do nich przemawia, a podążają za tym, co jest modne. Przyczyną złego gustu w odniesieniu do sztuki jest mylenie pojęcia pięknego z trudnym (wynikającym np. z postępu technicznego). Nie zawsze to, co jest trudne, jest piękne (Turgot, 1973). Warto podkreślić, że Turgot był bardziej teoretykiem społecznym, niż empirystą. Jego teksty są przepełnione spekulacjami nad ekonomią sztuki i mogą być wykorzystane przez innych do analiz empirycznych. Sugerował, że jakość dzieł sztuki, które były tworzone na przestrzeni wieków, niezależnie od czasów była zdeterminowana przez m.in. jakość używanych materiałów.

To, co ekonomiści dziś nazywają popytem, w XVIII wieku często było nazywane gustem i Turgot przypomina, że szczególnie w sztuce gust musi być utrzymany w zgodzie przez dłuższy czas. Dobra sztuka rzadko jest czymś, co szybko mija. Żadna sztuka nie może być kultywowana przez wieki bez tradycji przekazywania sobie przez artystów pewnych umiejętności. Problem według Turgota polegał na tym, że sztuka jest podatna na mody i wiele czynników może powodować utratę popytu. Dobry gust może być utracony jako wynik różnych kwestii moralnych (Goodwin, 2006, s. 34–37).

### **4.3. Adam Smith**

W XVIII wieku A. Smith również konstruował własne analizy dotyczące kultury i sztuki. Fascynowały go zagadnienia kształtowania popytu na dzieła sztuki. Uważał, że prawdopodobnie to piękno oddziałuje na nabywców, którzy kierują się zwyczajami i panującą modą. Ta zasada odnosiła się do każdego rodzaju sztuki. Jednak według Smitha ludzie niechętnie chcieli przyznać, że ich wola zakupu dzieł sztuki była determinowana społecznie, a nie indywidualnie. Smith był zdania, że to właśnie zwyczaj i moda są czynnikami, które najbardziej wpływają na osądy odnośnie wszelkiego rodzaju piękna. „Niewielu ludzi chętnie zgodzi się zatem, by zwyczaj czy moda miała znaczny wpływ na sądy dotyczące piękna czy jakiegokolwiek innego przedmiotu w wytworach każdej z tych sztuk, lecz wyobrażają sobie,

że podstawą wszystkich tych reguł, które winno się do nich stosować, jest rozum i natura, a nie nawyk i przesąd” (Smith, 1989, s. 288–289).

Smith uważał, że tylko wybitni artyści mogą wprowadzić znaczące zmiany w panującej modzie w obrębie uprawianej przez nich sztuki i wprowadzić nowy styl. Zaznacza, że nie tylko zwyczaje i mody wpływają na wytwory sztuki, ale również na nasze sądy dotyczące piękna różnych naturalnych przedmiotów. „We wszystkich naukach i sztukach wyzwolonych, w malarstwie, poezji muzyce, w retoryce i w filozofii wielki artysta zawsze czuje niedoskonałość swoich najlepszych dzieł i jest bardziej wrażliwy niż ktokolwiek inny na to, jak dalece odbiegają one od idealnej doskonałości (...). Tylko pomniejszy artysta jest całkowicie zadowolony ze swoich dokonań. Ma niewielkie pojęcie idealnej doskonałości, która nie zanadto zaprzęta jego myśli; ośmiela się porównywać swoje prace tylko do prac artystów zapewne jeszcze mniejszego kalibru” (Smith, 1989, s. 371–372).

Smith uważał, że wielki sukces, władzę nad uczuciami i opiniami innych ludzi można zdobyć jedynie, przejawiając podziw dla samego siebie. Taka zarozumiałość jest konieczna do podejmowania działań, których nie podejmowali inni ludzie, oraz by zyskać poparcie społeczne. W momencie, gdy taka zarozumiałość jest ukoronowana sukcesem, pojawia się jednak groźba, że artysta stanie się próżny do granic szaleństwa (Smith, 1989).

W *Bogactwie narodów* Smith próbuje odpowiedzieć na pytanie, co determinuje popyt na produkty luksusowe. Uznaje, że dominujące jest tu pragnienie współzawodnictwa. Rozważając zalety artykułów wykonanych z metali szlachetnych, twierdzi, że tym, co sprawia, że są powszechnie uznawane za piękne, jest ich rzadkość. „Dla większości ludzi bogatych główną rozkoszą, jaką daje im posiadanie bogactw, jest wystawienie na pokaz swego bogactwa, które w ich oczach nigdy nie jest tak pełne, jak wtedy, gdy posiadają owe decydujące znamiona dostatku, jakim nikt inny nie rozporządza. W ich oczach zaletę przedmiotu, który jest w jakimkolwiek stopniu użyteczny lub piękny, potęguje ogromnie jego rzadkość lub wielka ilość pracy, jakiej potrzeba, by zebrać znaczniejszą jego ilość, pracy, której prócz nich nikt nie jest w stanie opłacić. Takie przedmioty są oni gotowi nabywać po wyższej cenie niż przedmioty piękniejsze i użyteczniejsze, ale bardziej pospolite. Użyteczność, piękność i rzadkość są tymi własnościami, które stanowią pierwotną podstawę wysokich cen (...)” (Smith, 2012, t. 1, s. 203).

Adam Smith w swoich rozważaniach podkreślał, że kształcenie się w zakresie sztuk pięknych jest znacznie bardziej żmudne i kosztowne. Dlatego też pieniężne wynagrodzenia malarzy i rzeźbiarzy powinny być jeszcze bardziej sowne, jak to ma miejsce również w przypadku ludzi wolnych zawodów – lekarzy, prawników itp. (Smith, 2012, t. 1, s. 120).

Oznaką talentu lub geniuszu jest według Smitha odznaczenie się w jakimś zawodzie, w którym niewiele osób odniosło sukces. Twierdził, że podziw, jakim otacza się takie osoby, jest w pewien sposób częścią ich wynagrodze-

nia. Podkreśla, że np. w przypadku poetów czy filozofów często zdarza się, że jest to ich jedyna zapłata.

W zbiorze esejów poświęconych również problematyce sztuki Smith zaznaczał, że to zdolność do doskonałego odwzorowywania natury sprawia, że artysta tworzy piękne dzieła sztuki. Jednak zbyt wierne naśladownictwo może stać się powodem negatywnej oceny odbiorców. Idealna kopia zawsze jest mniej cenna niż oryginał. W malarstwie idealna kopia w odniesieniu do przedmiotu przedstawianego nie jest jego zdaniem możliwa, więc wywołuje zachwyt odbiorców. W rzeźbie musi ona zachować większy dystans względem przedstawianego przedmiotu (Smith, 1982). Czasem jednak sama imitacja nie wystarcza, np. sztuczne klejnoty zawsze pozostaną niedocenione. Wystarczy do tego świadomość, że naśladowają jedynie piękno prawdziwych kamieni. Smith podkreśla również związki bogactwa z dziełami sztuki. Dzieło sztuki staje się czymś bardzo cennym, gdy mogą sobie na nie pozwolić jedynie nieliczni. W ten sposób zaspokajają swoją próżność, a posiadane przez nich przedmioty świadczą o zamożności. „W sztukach, które odwołują się nie do ostrożnych i mądrych, ale do bogatych i wielkich, do dumnych i próżnych, nie powinniśmy się dziwić, że pozór wielkiego wydatku, dysponowania tym, co jedynie nieliczni są w stanie kupić, jest jednym z pewniejszych wyznaczników wielkiej fortuny, a ponadto tak często zastępuje niewymowne piękno i przyczynia się w równym stopniu do zachwalania wytworów. Tak jak wysoka cena wydaje się często upiększać przedmiot, tak niska wydaje się równie często gasić blask nawet przyjemnych przedmiotów” (Smith, 2015, s. 284).

W świetle tych rozważań można pokusić się również o stwierdzenie, że A. Smith wyprzedził swoją epokę. W jego słowach można doszukiwać się już pierwszych opisów konsumpcji na pokaz odnoszącej się do dóbr luksusowych, która dopiero na przełomie wieków XIX i XX została zdefiniowana przez T. Veblena (Veblen, 1971).

#### **4.4. John Maynard Keynes i Bloomsbury Group**

Biorąc pod uwagę dorobek Hume'a, Turgota i Smitha można stwierdzić, że późniejsi, XIX-wieczni myśliciele neoklasycznej ekonomii zaskakująco niewiele wnieśli do zagadnień związanych z kulturą i sztuką. Dopiero za sprawą Keynesa poglądy na kwestie obrotu dziełami sztuki uległy znaczącym przemianom.

Keynes spędził sporą część swojego życia w środowisku pisarzy i artystów. Był członkiem bardzo kontrowersyjnej Grupy Bloomsbury, która działała w Anglii w pierwszej połowie XX wieku. Skandalizującą grupę tworzyli artyści, pisarze, intelektualiści skupieni wokół Virginii Wolf i jej siostry, malarki Vanessa Bell – pisarze: Vita Sackville-West, E.M. Forster, Lytton Strachey, malarze: Duncan Grant, Dora Carrington, Roger Fry, ekonomista Leonard Woolf, muzyk Saxon Sydney-Turner, psychoanalityk Adrian Stephen, krytyk sztuki Clive Bell, dziennikarz i publicysta Desmond MacCarthy, a także

Thoby Stephen. Grupa powstała w skutek nieformalnych spotkań towarzyskich absolwentów Uniwersytetu Cambridge. Jednak jej członkowie są rozpoznawalni bardziej przez wzgląd na swój indywidualny dorobek. Członkowie Bloomsbury zapisali się w historii jako ludzie kontestujący normy i struktury epoki wiktoriańskiej w religii, sztuce, społeczeństwie, seksualności itp. Ich różnorodna działalność wywarła wpływ na współczesną angielską i światową sztukę oraz literaturę (Rosenbaum, 1995).

Keynes wraz z Grupą Bloomsbury zastanawiał się nad miejscem sztuki w społeczeństwie i gospodarce. Jednak możemy tylko spekulować, dlaczego nie wprowadził tych zagadnień do swoich ekonomicznych rozważań. Być może koncentrował się na istotniejszych kwestiach nurtujących myślicieli jego dekady – konfliktach międzynarodowych, bezrobociu, polityce pieniężnej, tworzeniu nowego porządku świata gospodarczego itp.

Zagadnienia dotyczące sztuki poruszane przez Grupę Bloomsbury koncentrowały się na pięciu istotnych dla ekonomii obszarach:

- miejscu sztuki w życiu człowieka i życiu gospodarczym,
- charakterze doświadczenia artystycznego z punktu widzenia artysty i odbiorcy,
- sposobie wykorzystania sztuki przez artystę i innych – kształtowaniu zachowań społecznych i ekonomii,
- naturze popytu i podaży na rynku sztuki,
- możliwości eksperymentowania w związku ze zmianami politycznymi i reformami instytucjonalnymi.

*Miejsce sztuki w życiu człowieka i życiu gospodarczym.* Grupa Bloomsbury głośno protestowała przeciwko powszechnemu w literaturze ekonomicznej założeniu, że artyści są producentami dóbr luksusowych, które z kolei są konsumowane wraz ze wzrostem przychodów albo produkowane tylko po to, by inni, ważniejsi mogli je posiadać, eksponując przy tym swój prestiż. W przeciwieństwie do powszechnie przyjętych sądów, członkowie grupy uważali, że każdy, niezależnie od klasy społecznej powinien być „zaangażowany” i włączony w świat sztuki. Sztuka natomiast stanowi bardzo istotny element przyczyniający się do ukształtowania i osiągnięcia prawdziwej ludzkiej cywilizacji. Sztuka jest przyczyną, która kształtuje poziom cywilizacji, a nie działaniem określającym jej stan czy może konsekwencją poziomu cywilizacji. Członkowie Grupy Bloomsbury byli pierwszymi, którzy pochwalali nadzwyczajne osiągnięcia niezachodnich artystów, krytykując twierdzenie, że sztuka może się rozwijać tylko przy wysokim poziomie dochodów (Goodwin, 2006, s. 61–66).

*Charakter doświadczenia artystycznego z punktu widzenia artysty i odbiorcy.* Fry i Bell byli zdania, że doświadczenie estetyczne różni się znacznie od satysfakcji, jaką osiąga nabywca podczas zakupu towarów i usług. W związku z tym wskazywali na wyjątkowy charakter dzieła sztuki, co ich zdaniem było szeroko ignorowane przez angielskich myślicieli XVIII i XIX wieku (Goodwin, 2006, s. 61–66).

*Sposób wykorzystania sztuki przez artystę i innych – kształtowanie zachowań społecznych i ekonomii.* Większość ekonomistów XX wieku uznawała sztukę za mało interesujący aspekt konsumpcji społecznej. Członkowie grupy Bloomsbury byli zafascynowani, w jaki sposób kultura i sztuka rozwijająca się na przestrzeni wieków była z jednej strony warunkowana przez zjawiska społeczne, polityczne i ekonomiczne, a z drugiej pomagała je interpretować. Wierzyli, że dzieła sztuki mają w sobie intencjonalny i ukryty przekaz, który wpływa na zachowania ludzkie. Rozważali nad powiązaniem między dziełami sztuki a sprawami politycznymi i gospodarczymi (Goodwin, 2000).

*Natura popytu i podaży na rynku sztuki.* Członkowie grupy Bloomsbury poświęcali szczególną uwagę rynkowi sztuki. Byli zdania, że klasyczne modele ekonomiczne nie są w stanie scharakteryzować i opisać mechanizmów działających na tym rynku. Uważali, że cena rzadko stanowiła determinantę podaży. Artyści byli zatroskani jak nikt inny o swoje życie doczesne, jednak ich najlepsze prace powstawały w wyniku wewnętrznych psychologicznych potrzeb tworzenia, a nie aspiracji finansowych (Goodwin, 2006, s. 61–66).

*Możliwość eksperymentowania w związku ze zmianami politycznymi i reformami instytucjonalnymi.* Większość członków grupy Bloombury miało na tyle silne poczucie odpowiedzialności społecznej, aby aktywnie odpowiadać na zmiany polityczne, a nie jedynie biernie teoretyzować. Korzystając ze swojego różnorodnego doświadczenia, wywnioskowali, że większość artystów nie jest przygotowana do zakładania i prowadzenia firm, które mogłyby efektywnie sprzedawać swoje produkty złożonemu środowisku potencjalnych klientów. Dlatego też eksperymentowali, często współpracując z gamą innowacyjnych mechanizmów rynkowych. Przykładem mogło być Stowarzyszenie Artystów Londyńskich (London Artists' Association) zarządzane przez Keynesa. Próbowano ono zapewnić minimalny dochód dla tych artystów, którzy byli skłonni do ograniczenia rynków zbytu i zamiany pewnych kanałów sprzedaży na ekonomiczne bezpieczeństwo (Keynes, 1982).

Jednym z najciekawszych eksperymentów, w który zaangażowany był Keynes, było Towarzystwo Sztuki Współczesnej (The Contemporary Art Society, CAS). Zostało założone między innymi przez Fry'a i Balla w 1909 r., aby zapewnić poparcie dla żyjących lub niedawno zmarłych brytyjskich artystów poprzez tzw. certyfikat krytyków. Liczyli, że wspomocze to edukację artystyczną w kraju oraz zaowocuje poczuciem większej pewności wśród niedoświadczonych nabywców dzieł sztuki. Członkowie towarzystwa płacili roczne subskrypcje, a wyznaczeni eksperci dokonywali zakupów wybranych przez siebie dzieł z funduszy towarzystwa. Obrazy te były potem wystawiane lub wypożyczane do lokalnych muzeów. Towarzystwo Sztuki Współczesnej było pionierską próbą poprawienia tego, co było uznawane za porażkę rynku sztuki – założyciele doceniali fakt, że zazwyczaj docenienie artysty następowało po latach, a do tego czasu artyści żyli w ubóstwie. Towarzystwo pomagało rozwiązać ten problem.

Najbardziej znaną inicjatywą sektora prywatnego było powołanie Brytyjskiej Rady Sztuki (British Arts Council, BAC) założonej przez Kennetha Clarka i Keynesa po II wojnie światowej jako publiczny mechanizm finansowania. BAC liczyła na wzmocnienie wsparcia dla sztuki, a zmniejszenie złego wpływu rządowej biurokracji poprzez kierowanie powszechnego wsparcia dla sztuki głównie poprzez pośredników z sektora prywatnego (Keynes, 1945; Moggridge, 2005; Goodwin, 2005).

Nie ulega wątpliwości, że gdyby Keynesowi udało się wdrożyć idee Grupy Bloomsbury w zakresie ekonomii sztuki i kultury w takim stopniu, w jakim udało mu się to z ideą makroekonomiczną, wiązałyby się to ze sporą rewolucją w świecie sztuki.

## 5. Narodziny ekonomiki kultury

Analizując poglądy ekonomistów na temat rynku sztuki pojawiające się na przestrzeni wieków, warto odnieść również do czasów współczesnych. Należy podkreślić, że dopiero w latach 60. XX wieku po raz pierwszy pojawiło się pojęcie ekonomiki kultury (*cultural economics*). Do ukształtowania się tej nowej pełnoprawnej subdyscypliny ekonomii przyczyniły się debaty dotyczące kwestii finansowania kultury ze środków publicznych w warunkach gospodarki rynkowej. Mały one miejsce zarówno w Europie, zwłaszcza w Niemczech i Wielkiej Brytanii, jak i w Stanach Zjednoczonych (Ilczuk, 2012).

W Stanach Zjednoczonych rozwój tej dziedziny narastał znacznie szybciej, a wielu ekonomistów za jej symboliczne narodziny uznaje rok 1966 – datę publikacji *Performing Arts The Economic Dilemma* autorstwa W.J. Baumola i W.G. Bowena, która podejmowała kwestię teoretycznej i empirycznej analizy procesów kulturowych. Była pierwszą współczesną monografią, która kompleksowo opisywała kwestie związane z ekonomiką kultury, wykorzystując ekonomiczne analizy do zobrazowania podaży i popytu na usługi i produkty artystyczne oraz rolę sektora sztuki w gospodarce (Baumol i Bowen, 1966). Praca ta odnosiła się do sztuk widowiskowych. Autorzy podkreślali, że niezależnie od położenia geograficznego produkcja i dystrybuowanie dóbr kultury jest działalnością bardzo kosztowną i nawet tak znaczące instytucje jak np. Metropolitan Opera nie są wolne od problemów finansowych. To sprawia, że produkcja dóbr kultury nie jest interesująca dla prywatnych inwestorów liczących na zyski ze swoich przedsięwzięć. Baumol i Bowen w swoich badaniach podjęli się przeanalizowania sytuacji finansowej profesjonalnych zespołów operowych, baletowych, teatralnych i muzycznych w Stanach Zjednoczonych w ciągu ostatnich 100 lat. Oprócz badań wpływów i kosztów podjęli również kwestię analizy struktury publiczności. Na tej podstawie sformułowali teorię „choroby kosztów” (Baumol i Bowen, 1966).

Postęp technologiczny czy wszelkiego rodzaju innowacje nie mają wpływu na zmniejszenie kosztów produkcji kulturalnej, a sztuki widowiskowe są



taką dziedziną gospodarki, w której wydajność pracy nie ulega zmianom. Na przykład nie da skrócić czasu trwania symfonii, nie skracając przy tym całości utworu, lub zmniejszyć liczbę obsady bez uszczerbku na utworze. Różne unowocześnienia w produkcji artystycznej owocują zwykle wzrostem dodatkowych kosztów. Jest to spowodowane wysokimi i rosnącymi kosztami osobowymi. Natomiast wydatki te nie są związane ze wzrostem wydajności pracy, co sprawia, że cięcia jakichkolwiek kosztów wiążą się z obniżeniem jakości produkcji artystycznej. W związku z tym, że popyt na produkty kultury jest dość niski, poziom ich cen jest zwykle poniżej rachunku ekonomicznego. Dlatego też poziom kosztów związanych z produkcją i dystrybucją dóbr kultury nie jest równoważony wpływami ze sprzedaży. W ten sposób powstaje tzw. *income gap*, którą można tłumaczyć jako pewnego rodzaju chroniczne niedofinansowanie (Baumol i Bowen, 1966).

Czas zweryfikował badania Baumana i Bowena, ale wspomniana książka z pewnością stała się przełomowa dla ukształtowania się ekonomiki kultury jako nowej subdyscypliny ekonomii. Amerykańska dominacja w tej dziedzinie badań została umocniona instytucjonalnie. W Bostonie powołano Stowarzyszenie Ekonomistów Kultury (Association of Cultural Economics International), które do dziś jest wiodącą organizacją w tej dziedzinie i wydaje czasopismo naukowe pod nazwą *Journal for Cultural Economics* (Ilczuk, 2012, s. 23).

Dziś powszechnie już można uznać, że ekonomika kultury „to młoda dyscyplina ekonomiczna badająca zjawiska i prawidłowości ekonomiczne występujące w kulturze i jej przemysłach, a także ustalająca instrumenty polityki ekonomicznej efektywne w sferze kultury” (Ilczuk, 2012). Zagadnienia badawcze związane z tą dziedziną znacząco ewoluowały w ostatnich latach. Throsby dokonał klasyfikacji dominujących zagadnień, którymi do tej pory interesowali się ekonomiści kultury. Wyszczególnił następujące obszary tematyczne (Throsby, 1994):

- Preferencje konsumentów – kwestie związane z kształtowaniem popytu na kulturę i sztukę.
- Rynek sztuki – w kontekście określania wartości dzieł sztuki, kształtowania decyzji zakupowych, charakterystyki rynku sztuki, ryzyka inwestycyjnego.
- Sztuki widowiskowe – kwestie związane z typologią organizacji trudniących się produkcją kulturalną, kosztami, podażą i popytem.
- Rynek pracy artystów – skoncentrowany wokół kwestii kariery zawodowej artystów, zarobków, podaży.
- Publiczna polityka wobec kultury i sztuki – skupiona wokół zagadnień związanych ze wspieraniem kultury ze środków publicznych.

Współcześnie na całym świecie pojawia się wiele publikacji poruszających kwestie związane z analizą zjawisk zachodzących na rynku dzieł sztuki. Wśród licznych badaczy są m.in.: L. Singer (1978), O. Chanel (1995), G. Candel (Candela, Castellani i Pattitoni, 2013), B.S. Frey (Frey

i Cueni, 2013), J. Goodwin (2008), D. Throsby (2003), F. Colbert (2003) czy R. Towse (2011).

## 6. Podsumowanie

Podsumowując wszystkie powyższe rozważania, warto podkreślić, że obrót dziełami sztuki był przedmiotem zainteresowania ekonomistów właściwie już od momentu ukształtowania się rynku sztuki i pojawienia się detalicznego handlu dziełami sztuki. Trwający prawdopodobnie od XV wieku powolny proces uniezależniania się artystów od nabywców dzieł sztuki doprowadził do sytuacji, w której pojawiły się pierwsze oznaki urynkowania sztuki. To też zaowocowało zainteresowaniem ze strony uczonych specjalizujących się w dziedzinie ekonomii. Na początku były to mało skomplikowane rozważania, które starały się tłumaczyć prawidłowości pojawiające się na tym rynku. Z biegiem lat, za sprawą myślicieli takich jak D. Hume, A. R. J. Turgot czy A. Smith, kwestie te zostały poddane bardziej złożonym analizom. Zaskakujące jest, jak aktualne mogą się okazać niektóre z tych rozważań również w dzisiejszym świecie. W XIX wieku eksperymenty podejmowane przez J.M. Keynesa i Grupę Bloomsbury, które miały służyć poprawie sytuacji na rynku sztuki, okazały się bardzo nowatorskie. Wszystkie te kwestie stanowią inspirację do dalszej eksploracji i badań w zakresie rynku sztuki, który ze względu na swoją specyfikę rządzi się zupełnie innymi prawami i z pewnością pozostawia jeszcze wiele do odkrycia. Analiza historyczna przyczynia się do pogłębienia wiedzy z zakresu ewolucji myśli ekonomicznej na temat rynku sztuki. Może stać się również inspiracją do podjęcia nowych badań czy nawet inicjatyw z tego zakresu.

Mając powyższe kwestie na uwadze, można z prawdopodobieństwem granicznym z pewnością stwierdzić, że zagadnienia dotyczące rynku sztuki będą coraz częściej podejmowane w badaniach prowadzonych w najbliższych latach w celu jeszcze lepszego rozpoznania mechanizmów działających na tym szczególnym rynku.

### Bibliografia

- Ashenfalter, O. (2003). Art auctions. W: R. Towse (red.), *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Baumol, W. i Bowen, W. (1966). *Performing Arts, The Economic Dilemma: A study of Problems Common to Theater, Opera, Music, and Dance*. New York: Twentieth Century Fund.
- Białynicka-Birula, J. (2005). Rynek dzieł sztuki w kontekście mikroekonomicznej teorii rynku. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, (680), 29–42.
- Bodin, J. (1947). *The Responses of Jean Bodin to the Paradoxes of Malestroit and the Paradoxes*. Washington: Country Dollar Press.
- Candela, G., Castellani, M. i Pattitoni, P. (2013). Reconsidering Psychic Return in Art Investments. *Economics Letters* 118(2), 351–354, <http://dx.doi.org/10.1016/j.econlet.2012.11.010>.

- Chanel, O. (1995). Is Art Market Behaviour Predictable? *European Economic Review*, 39(3–4), 519–527, [http://dx.doi.org/10.1016/0014-2921\(94\)00058-8](http://dx.doi.org/10.1016/0014-2921(94)00058-8).
- Chartrand, H.H. (1990). The Hard Facts: Perspectives of Cultural Economics. W: *Transactions of the Royal Society of Canada 1989*, Fifth Series, 4. Toronto: University of Toronto Press.
- Ciechanowiecki, A.S. (1997). Współczesny handel dziełami sztuki. *Ikonotheka: prace Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego*, 12, 123–135.
- Colbert, F. (2003). Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts. *International Journal of Arts Management*, 6(1), 30–39.
- De Marchi, N. i Van Miegroet, J. H. (2006). The History of Art Markets. W: V.A. Ginsburgh i D. Throsby (red.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (t. 1, s. 69–122). Amsterdam: North Holland.
- Dickie, G. (1984). Czym jest sztuka? Analiza instytucjonalna. W: M. Gołaszewska (red.), *Estetyka w świecie. Wybór tekstów* (t. 1, s. 9–28). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Frey, B.S. i Cueni, R. (2013). Why Invest in Art? *Economists' Voice*, 10(1), 1–6, <http://dx.doi.org/10.1515/ev-2013-0014>.
- Galiani, F. (1947). Della Moneta. W: A.E. Monroe (red.), *Early Economic Thought* (s. 279–307). Cambridge: Harvard University Press.
- Golka, M. (1991). *Rynek sztuki*. Poznań: Agencja Badawczo-Promocyjna „Artis”.
- Goodwin, C.D. (2000). Economic Man in the Garden of Eden. *Journal of the History of Economic Thought*, 22(4), 405–432, <http://dx.doi.org/10.1080/10427710020006181>.
- Goodwin, C.D. (2005). Kenneth Clark: His Case of Public Support of the Arts. *History of Political Economy*, 37(3), 557–592, <http://dx.doi.org/10.1215/00182702-37-3-556>.
- Goodwin, J. (2006). Art and Culture in the History of Economic Thought. W: V.A. Ginsburgh i D. Throsby (red.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (t. 1, s. 25–68). Amsterdam: North Holland.
- Goodwin, J. (2008). *The International Art Markets. The Essential Guide for Collectors and Investors*. London: Kogan Page.
- Hauser, A. (1974). *Filozofia historii sztuki*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Hume, D. (1955). *Eseje z dziedziny moralności i literatury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hume, D. (2013). Esej o doskonaleniu sztuk. W: D. Hume, *Eseje z dziedziny moralności, polityki i literatury*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Ilczuk, D. (2012). *Ekonomika kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Karwińska, A. (2013). Kultura. W: J. Hausner, A. Karwińska i J. Pruchała (red.), *Kultura i rozwój*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Keynes, J.M. (1945). The Arts Council: Its Policy and Hopes, The Listener. W: D. Maggridge (red.), *The Collected Writings of John Maynard Keynes* (t. 28, s. 367–372). London: Macmillan.
- Keynes, M. (1982). The London Artists' Association: Its Origin and Aims, Studio, June 1930; W: D. Maggridge (red.), *The Collected Writings of J. M. Keynes* (t. 28), London: Macmillan.
- Korzeniowska-Marciniak, M. (2001). *Międzynarodowy rynek dzieł sztuki*. Kraków: Universitas.
- Mandeville, B. (1924). *The Fable of the Bees: Or, Private Vices, Public Benefits*. Oxford: Clarendon Press. Pozyskano z: <http://oll.libertyfund.org/titles/mandeville-the-fable-of-the-bees-or-private-vices-public-benefits-2-vols> (15.03.2017).
- Moggridge, D.E. (2005). Keynes, the Arts and the State. *History of Political Economy*, 37(3), 535–555, <http://dx.doi.org/10.1215/00182702-37-3-535>.
- Rosenbaum, S.P. (1995). *The Bloomsbury Group: A Collection of Memoirs and Commentary*. Toronto: University of Toronto Press.

- Sagot-Duvauroux, D. (2003). Art Prices. W: R. Towse (red.), *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Singer, L. (1978). Microeconomics of the Art Market. *Journal of Cultural Economics*, 2(1), 21–40, <http://dx.doi.org/10.1007/BF02479730>.
- Smith, A. (1982). Of the Nature of that Imitation which Takes Place in What Are Called The Imitative Arts. W: W.P.D. Wightman J.C. Bryce (red.), *Essays on Philosophical Subjects – The Glasgow Edition of Works and Correspondence of Adam Smith*. Indianapolis: Liberty Fund.
- Smith, A. (1989). *Teoria uczuć moralnych*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Smith, A. (2012). *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Smith, A. (2015). O naturze imitacji, która ma miejsce w sztukach zwanych naśladowniczymi. *Estetyka i Krytyka*, 25(2), 277–288.
- The European Fine Art Foundation. (2017). *TEFAF Art Market Report 2017*. Maastricht: The European Fine Art Foundation. Pozyskano z: <http://1uyxqn3lzd5a2ytyzj1asxmm-mpt.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2017/03/TEFAF-Art-Market-Report-20173.pdf> (15.03.2017).
- Throsby, D. (1994). The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, 32(1), 1–29.
- Throsby, D. (2003). Determining the Value of Cultural Goods: How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us? *Journal of Cultural Economics*, 27(34), 275–285.
- Throsby, D. (2010). *Ekonomia i kultura*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Turgot A.R.J. (1973). *Turgot on Progress, Sociology and Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Veblen, T. (1971). *Teoria klasy próżniaczej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Velthuis, O. (2011). Art markets. W: R. Towse (red.), *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.