

Joanna Białynicka-Birula

Katedra Analizy Rynku i Badań Marketingowych

Morfologia rynku aukcyjnego dzieł sztuki w ujęciu systemowym

1. Wprowadzenie

Zgodnie z paradygmatem kartezjańskim, który zaczął obowiązywać w nauce od XVII w., poznanie jest możliwe poprzez rozłożenie określonej całości na części. Podział obiektu lub problemu badań na części składowe pozwala na zbadanie tych części, a następnie na wnioskowanie o zachowaniu całości. Wspomniana koncepcja badania rzeczywistości została zmodyfikowana przez zwolenników podejścia systemowego, którzy twierdzili, że suma części nie tworzy jeszcze całości. W celu poznania całości należy badać nie tylko części, ale również powiązania między nimi, kontekst. Początek ogólnej teorii systemów dała praca austriackiego biologa i filozofa L. von Bertalanffy'ego (1901–1971) pt. *Kritische Theorie der Formbildung* (1928). Mówiąc o podejściu systemowym, należy podkreślić, że pozwala ono na szerokie potraktowanie podejmowanych zagadnień i uwzględnienie osiągnięć różnych, niekiedy odległych, dziedzin nauki. Dzięki niemu możliwe jest przenoszenie praw odkrytych w jednej dyscyplinie naukowej do drugiej.

Rozważania nad istotą rynku aukcyjnego dzieł sztuki nie mogą być prowadzone na gruncie jednej dyscypliny naukowej. Obok ekonomii powinny uwzględniać osiągnięcia m.in. takich dziedzin nauki, jak: estetyka, psychologia czy socjologia. Wydaje się zatem, że zastosowanie systemowego ujęcia rynku aukcyjnego dzieł sztuki może przynieść interesujące rezultaty. Celem artykułu jest prezentacja systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki, która będzie stanowić punkt wyjścia rozważań na temat wartościowania dzieł sztuki.

Według teorii systemowej rzeczywistość może być traktowana jako zbiór systemów, które zachowują swoją tożsamość i odrębność, jednocześnie wzajemnie na siebie oddziałując¹. Dzięki takiemu rozumieniu świata możliwe staje się wyróżnie-

¹ Podejście systemowe jest szeroko stosowane nie tylko w ekonomii, ale również w socjologii, psychologii, biologii i innych naukach.

nie z rzeczywistości fragmentów, czyli systemów oraz badanie ich jako jednostkowych obiektów o określonej strukturze. Strukturę, tzn. budowę wewnętrzną systemu, tworzą elementy o określonych własnościach (obiekty rzeczywiste bądź twory abstrakcyjne) oraz relacje istniejące pomiędzy nimi i ich właściwościami. System definiuje się jako zbiór współdziałających ze sobą elementów, stanowiący celowo ukierunkowaną całość². Oznacza to, że elementy systemu posiadające pewne własności (atrybuty) znajdują się w określonych relacjach. Matematycznie można to zapisać jako:

$$S = (E, A, R),$$

$$E = (E_1, E_2, E_3, \dots, E_m), \quad A = (A_1, A_2, A_3, \dots, A_n), \quad R = (R_1, R_2, R_3, \dots, R_k),$$

gdzie:

- S – system,
- E – elementy,
- A – atrybuty,
- R – relacje.

Ujęcie obiektu badań jako systemu pozwala na opisanie jego zadań, procesów, które się w nim dokonują oraz wewnętrznych i zewnętrznych powiązań. System budowany jest zazwyczaj na podstawie trzech podstawowych zasad³:

- wyodrębnienia systemu z otoczenia (system jest całością, która znajduje się w określonych wzajemnych stosunkach z otoczeniem),
- budowy systemów z podsystemów, które oddziałują na siebie wzajemnie, przy czym interakcje te mają istotny wpływ na właściwości systemu jako całości,
- ograniczonej zmienności systemu w czasie (system podlega mniejszym lub większym zmianom w czasie, ale zachowuje pewne właściwości podstawowe, swoją istotę).

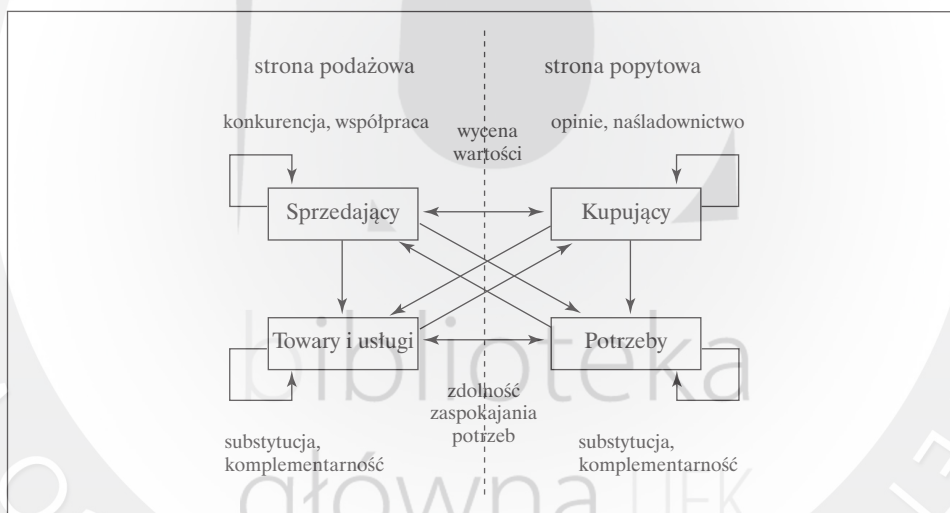
Wyodrębnienie systemu wymaga odgraniczenia poszczególnych elementów systemu od otoczenia. Należy jednak zaznaczyć, że wyznaczenie granic systemu jest względne i uzależnione przede wszystkim od celu i zakresu przeprowadzanych badań. W podejściu badawczym o charakterze strukturalnym analiza skoncentrowana jest na właściwościach struktury systemu. Wyodrębniane są elementy składowe danego systemu oraz określone współzależności między nimi. Inne podejście do badania systemu to podejście funkcjonalne traktujące system jako podsystem czy też element systemu wyższego szczebla. Analiza dotyczy w takim wypadku wejść i wyjść z systemu, czyli związana jest z funkcjami zewnętrznymi systemu.

² Mimo dużego znaczenia pojęcia systemu dla współczesnej nauki, nie ma jednej ogólnie przyjętej definicji systemu. Szeroko stosowana jest definicja systemu jako zbioru elementów wzajemnie na siebie oddziałujących. Definiowanie systemu może polegać również na analizie jego zachowania. Funkcjonalne rozumienie systemu reprezentuje W.R. Ashby, bliscy takiemu rozumieniu są W. Churchman, R. Ackoff i L. Arnof. Zob. szerzej: *Słownik matematyki i cybernetyki ekonomicznej*, PWE, Warszawa 1985. S. Mynarski rozumie system jako „zbiór cech i właściwości oraz występujących między nimi sprzężeń”. Zob. szerzej: S. Mynarski, *Modelowanie rynku w ujęciu systemowym*, PWN, Warszawa 1982.

³ W. Findeisen, *Analiza systemowa – podstawy i metodologia*, PWN, Warszawa 1985, s. 295.

2. Rynek aukcyjny dzieł sztuki jako system

Podjęcie systemowe może być również zastosowane do definiowania takiej kategorii ekonomicznej, jaką jest rynek. Rynek traktowany jako system to zbiór elementów podmiotowych i przedmiotowych wzajemnie powiązanych ze sobą za pomocą określonych relacji oraz tworzących pewną wyodrębnioną całość. Elementami podmiotowymi rynku są uczestnicy transakcji wymiennych, w roli których występują sprzedający, oferujący do sprzedaży towary i usługi i reprezentujący podaż oraz kupujący, zgłaszający zapotrzebowanie na towary i usługi i reprezentujący popyt. Elementami przedmiotowymi są natomiast konkretne dobra i usługi oraz potrzeby, mające swe pokrycie w odpowiednim funduszu nabywczym. Poszczególne elementy systemu rynkowego oddziałują na siebie wzajemnie, tworząc sieć wielostronnych powiązań i interakcji o zróżnicowanym charakterze. Istnienie sieci relacji w systemie powoduje, że wykazuje on właściwości jakościowo odmienne od właściwości poszczególnych elementów⁴. Koncepcja systemowego ujęcia rynku została zaprezentowana na rys. 1.



Rys. 1. Struktura systemu rynkowego

Źródło: opracowanie własne na podstawie: S. Mynarski, *Analiza rynku. Systemy i mechanizmy*, AE w Krakowie, Kraków 1993.

Rozważając aukcyjny rynek dzieł sztuki w ujęciu systemowym, należy dokonać określenia poszczególnych elementów systemu, ich właściwości oraz relacji zachodzących między nimi. Elementami podmiotowymi będą uczestnicy rynku aukcyj-

⁴ Zob. szerzej: *Elementy teorii systemów i informacji*, pod red. S. Mynarskiego, AE w Krakowie, Kraków 1989; S. Mynarski, *Analiza rynku...*

nego dzieł sztuki, natomiast elementami przedmiotowymi będą dzieła sztuki o określonych obiektywnych cechach oraz potrzeby realizowane poprzez zakup dzieł sztuki, mające pokrycie w odpowiednim funduszu nabywczym.

Elementy podmiotowe rynku aukcyjnego dzieł sztuki to sprzedający (reprezentowani przez instytucję aukcji) oraz kupujący, czyli uczestnicy sesji aukcyjnej. W ich roli mogą występować następujące podmioty: osoby fizyczne (w tym artyści, marszandzi), firmy, muzea, domy aukcyjne, antykwiariaty, galerie sztuki itp.

Pierwszy przedmiotowy element systemu rynkowego stanowią dzieła sztuki, przedmioty o unikatowym, niepowtarzalnym charakterze. Drugim przedmiotowym elementem systemu rynkowego są potrzeby ujawnione na rynku i mające swe pokrycie w odpowiednim funduszu nabywczym⁵. Omówienie kwestii potrzeb skłaniających jednostkę do zakupu dzieła sztuki wymaga udzielenia odpowiedzi na dwa pytania: po pierwsze – jakie są to potrzeby w kontekście istniejących w ekonomii teorii potrzeb, a po drugie – jakie są źródła tych potrzeb, jakie czynniki leżą u podstaw ich pojawienia się?

Próba sformułowania odpowiedzi na pierwsze z postawionych pytań wymaga spojrzenia na zagadnienie potrzeb przez pryzmat istniejących typologii i hierarchii potrzeb. Przegląd obszernej literatury, podejmującej zagadnienie potrzeb człowieka, pozwala na wyodrębnienie kilku grup potrzeb, niezależnie od podejść różnych autorów⁶. Ujmując potrzeby jednostki jako continuum, od potrzeb podstawowych zapewniających homeostazę organizmu do potrzeb wyższego rzędu, należy stwierdzić, że zakup dzieła sztuki pozwala na zaspokojenie potrzeb pojawiających się dopiero po realizacji potrzeb biologicznych, a więc należących do grupy potrzeb wyższego rzędu. Przyjmując terminologię proponowaną przez A.H. Masłowa, należy rozważać tzw. potrzeby wzrostu (rozwoju)⁷. Pierwszą grupą potrzeb będą potrzeby o charakterze psychologicznym, immanentnie związane z psychiką jednost-

⁵ Potrzeba jest definiowana jako stan psychofizyczny człowieka pojawiający się w subiektywnym odczuciu braku czegoś co jest niezbędne do zapewnienia warunków rozwoju i funkcjonowania jednostki.

⁶ Próby konstruowania typologii potrzeb człowieka podejmowali m.in. J. Szczepański, A.H. Masłowa, T. Kocowski, B. Malinowski. Mimo istniejących różnic w proponowanych klasyfikacjach można wyodrębnić kilka grup potrzeb. Pierwszą grupą to potrzeby o charakterze biologicznym (u A.H. Masłowa nazywane fizjologicznymi, u T. Kocowskiego potrzebami egzystencji i prokreacji, u B. Malinowskiego potrzebami metabolizmu, reprodukcji, wymógów organizmu, odpoczynku, ruchu, u J. Szczepańskiego – biologicznymi). Drugą grupę potrzeb stanowią potrzeby psychologiczne (J. Szczepański), którym odpowiadają potrzeby bezpieczeństwa, miłości i przynależności u A.H. Masłowa, potrzeby psychiczne i rozwoju u T. Kocowskiego, potrzeba bezpieczeństwa u B. Malinowskiego. Kolejna grupa to potrzeby społeczne (J. Szczepański, T. Kocowski), które można by odnieść do potrzeb prestiżu i uznania A.H. Masłowa czy przekazywania doświadczeń u B. Malinowskiego. Następną grupą potrzeb człowieka to potrzeby kulturowe (J. Szczepański), samorealizacji (A.H. Masłowa), kontrolowania losu i przeznaczenia (magia i religia). Ponadto w niektórych klasyfikacjach pojawiają się inne kategorie potrzeb, np. potrzeby gospodarcze u B. Malinowskiego, potrzeby funkcjonalne u T. Kocowskiego, potrzeby instrumentalne u A.H. Masłowa. Zob. szerzej: J. Szczepański, *Zagadnienia socjologii współczesnej*, PWN, Warszawa 1965; B. Malinowski, *Jednostka, społeczność, kultura*, PWN, Warszawa 2000.

⁷ A.H. Masłowa proponuje podział potrzeb na potrzeby braku i potrzeby wzrostu. A.H. Masłowa, *Motivation and Personality*, Harper and Row, New York 1954.

ki. Wśród potrzeb o charakterze psychologicznym można wymienić np. Masłowski potrzeby samourzeczywistnienia się jednostki. Drugą grupę potrzeb stanowią potrzeby społeczne, które pojawiają się w wyniku funkcjonowania człowieka w zbiorowościach społecznych. Grupę potrzeb społecznych wyodrębniają w swych pracach J. Szczepański i T. Kocowski. O potrzebach społecznych mówi też A.H. Masłowski, choć nie posługuje się bezpośrednio takim terminem. Na trzecim szczeblu skonstruowanej przez siebie hierarchii potrzeb wymienia potrzeby szacunku, prestiżu i pozycji. Z kolei B. Malinowski wyróżnia potrzebę przekazywania doświadczeń, która ma również charakter społeczny. Wśród potrzeb o charakterze społecznym można wymienić: potrzebę współuczestnictwa, potrzebę akceptacji społecznej, potrzebę przynależności do grupy itp.

Omawiając potrzeby skłaniające jednostkę do zakupu dzieła sztuki, nie można pominąć potrzeb o charakterze estetycznym. Warto zwrócić uwagę, że nie pojawiają się one jako oddzielna kategoria w przytaczanych wyżej typologiach potrzeb. Wytłumaczeniem tego stanu rzeczy może być w pewnym stopniu fakt pokrywania się potrzeb estetycznych z innymi grupami potrzeb człowieka. Odwołując się do najbardziej znanego modelu hierarchii potrzeb A.H. Masłowskiego, należy podkreślić, że również w jego koncepcji potrzeby estetyczne nie zostały wyodrębnione w osobną grupę. A.H. Masłowski przyjmuje, że potrzeby estetyczne mogą być związane z wszystkimi szczeblami hierarchii potrzeb. Uważa jednak, że z reguły są one związane z klasą potrzeb samorealizacji występującą na najwyższym szczeblu w hierarchii pilności zaspokojenia. Wydaje się, że potrzeby estetyczne są w dużym stopniu powiązane zarówno z potrzebami o charakterze psychologicznym, jak i społecznym.

Rozważając, z kolei, źródła potrzeb skłaniających jednostkę do zakupu dzieła sztuki, konieczne jest odwołanie się do prawidłowości sformułowanych na gruncie psychologii i socjologii. Z psychologicznego punktu widzenia proces tworzenia się potrzeb przebiega nie tylko w warstwie świadomościowej jednostki, ale również dotyka sfery nieświadomości. Należy zaznaczyć, że nieświadoma redukcja napięć i stosowanie mechanizmów obronnych może prowadzić do powstawania potrzeb zaspokajanych przez zakup dzieła sztuki. Wśród psychicznych mechanizmów obronnych, które mogą brać udział w tworzeniu potrzeb leżących u podłoża zakupu dzieła sztuki, można wyróżnić sublimację, identyfikację czy kompensację⁸.

Na powstawanie potrzeb wywiera wpływ psychiczna konstrukcja człowieka, przejawiająca się w jego osobowości. Należy zwrócić uwagę, że od zespołu cech charakteru człowieka, za pomocą których jest opisywana osobowość, w dużym stopniu zależy istnienie wrażliwości artystycznej i zakres potrzeb estetycznych jednost-

⁸ Sublimacja to rozładowywanie nie akceptowanych przez środowisko lub niemożliwych do osiągnięcia potrzeb. Przykładem może być freudowska sublimacja potrzeb seksualnych w potrzeby estetyczne. Identyfikacja to mechanizm polegający na tym, że jednostka zachowuje się jakby była kimś innym, rozbudza w sobie potrzeby innych i korzysta z ich form i środków zaspokajających potrzeby. Kompensacja to wyrównywanie hipotetycznych lub rzeczywistych słabych stron poprzez inne formy aktywności.

ki. Przyjmując za P. Kotlerem podział konsumentów z punktu widzenia ich cech osobowości na nabywców impulsywnych, moralnych i rozważnych, należy uznać, że potencjalnych nabywców dzieł sztuki trzeba zasadniczo poszukiwać w drugiej i trzeciej grupie⁹. Z osobowością kupującego wiąże się jego wyobrażenie o sobie, postrzeganie „ja” realnego oraz „ja” idealnego. Wizerunek własnej osoby kształtuje potrzeby i może skłaniać do dokonywania zakupów o określonym charakterze w celu prezentacji własnego „ja”. I tak postrzeganie siebie jako osoby kulturalnej może pobudzać rozwój potrzeb estetycznych.

Z psychologicznego punktu widzenia, zakup dóbr luksusowych, w tym dzieł sztuki, może być również uwarunkowany przeświadczeniem, że ocena jednostki jest uzależniona od posiadania bądź nieposiadania określonych dóbr. T. Veblen zwraca uwagę na dwa psychologiczne aspekty nabywania dóbr prestiżowych. Pierwszy to chęć dorównania innym, drugi zaś – chęć przewyższenia innych¹⁰. Nasuwa się refleksja, że wspomniane mechanizmy mogą być adekwatne w odniesieniu do zakupu dzieła sztuki.

Nie mniej ważnym od psychologicznego źródła powstawania potrzeb jest źródło społeczno-kulturowe. Warto zwrócić uwagę, że z jednej strony jednostka odczuwa wiele potrzeb, które mogą być zrealizowane w społeczności, z drugiej zaś społeczność ta może oddziaływać na jednostkę i kreować określone potrzeby. Przynależność jednostek do grup społecznych wywiera na te osoby wieloraki wpływ. Przejawami konformizującego wpływu grup na zachowania jednostki są efekty nazywane na gruncie socjologii efektami grupowymi. Biorąc pod uwagę bodźce skłaniające do zakupu dzieła sztuki, należy podkreślić znaczenie efektu facylitacji społecznej, efektu Asha czy efektu sąsiedztwa¹¹. Oprócz efektów grupowych ważną rolę w tworzeniu i oddziaływaniu na potrzeby jednostki odgrywa zjawisko naśladownictwa społecznego. Nie wdając się w dyskusje socjologów dotyczące przyczyn naśladownictwa, należy stwierdzić, że zjawisko to może niewątpliwie występować w trakcie podejmowania decyzji o zakupie dzieła sztuki. Na szczególną uwagę zasługuje w tym wypadku naśladownictwo „osób znaczących” w danej społeczności. Warto zwrócić uwagę, że potrzeby jednostki są kształtowane w kontekście miejsca zajmowanego przez nią w społeczeństwie. Jednym z motywów pojawienia się popytu na pewne dobra, w tym z pewnością na dzieła sztuki, może być manifestacja przynależności do określonej grupy społecznej. Posiadanie dzieł sztuki przez innych, a zwłaszcza wysoki stopień ich rozpowszechnienia w danej grupie społecz-

⁹ Zob. szerzej: K. Mazurek-Lopacińska, *Kultura w gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 1997, s. 110.

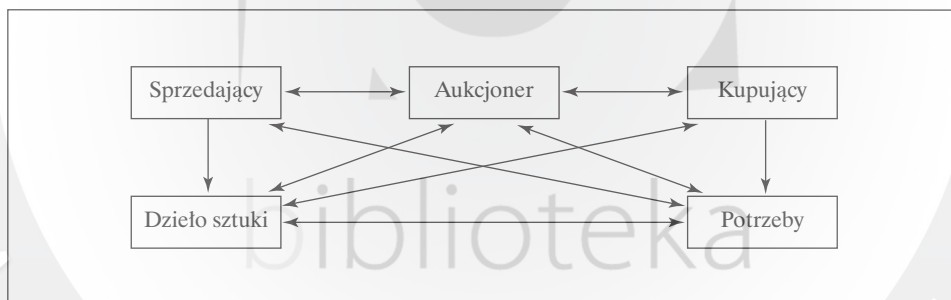
¹⁰ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, PWN, Biblioteka Socjologiczna, Warszawa 1971.

¹¹ Efekt facylitacji społecznej to wzajemne oddziaływania członków grupy, które powodują nasilenie zachowań określonego rodzaju, np. dokonywanie zakupu określonych dóbr. Efekt Asha to przejmowanie sądów, opinii, zachowań (nie zawsze racjonalnych) pod wpływem nacisku grupy. Wpływ grupy wywołuje silne zniekształcenia w postrzeganiu rzeczywistości. Efekt sąsiedztwa – jednostka przejmując od innych, pozostających z nią w kontakcie osób zewnętrzny styl życia, pewne dobra i inne środki zaspokojenia potrzeb nie identyfikując się jednakże z ich systemem wartości.

nej, obliguje innych członków grupy do podobnych zakupów. Status w społeczeństwie wyznaczany np. przez wykształcenie, dochody, zawód wymaga manifestacji zajmowanej pozycji poprzez rozszerzenie skali potrzeb i dokonywanie „odpowiednich zakupów”. Należy zaznaczyć, że nabywanie i posiadanie dzieł sztuki bez wątplenia może podkreślać wysoką pozycję społeczną. Uczestnictwo w sesjach aukcyjnych dzieł sztuki może wynikać z konieczności przebywania w miejscach spotkań określonej klasy społecznej, pokazania się w „środowisku”. Potrzeba leżąca u podstaw zakupu dzieła sztuki może się zatem pojawić jako rezultat poczucia tożsamości grupowej. Innym czynnikiem kształtującym potrzeby jednostki mogą być także grupy odniesienia, zwłaszcza wtedy, gdy jednostka nie należy do danej grupy.

Kończąc rozważania na temat potrzeb leżących u źródeł popytu na dzieła sztuki, należy podkreślić, że mają one swój początek i mogą być zaspokojone w różnych wymiarach egzystencji człowieka opisywanych na gruncie psychologii czy socjologii. Warto zwrócić uwagę, że realizacja potrzeb jest uwarunkowana przez czynniki ekonomiczne. Dopiero potrzeby ujawnione na rynku i znajdujące pokrycie w funduszu nabywczym mogą decydować o wielkości popytu.

Uwzględniając w koncepcji specyfikę rynku aukcyjnego, wśród elementów omawianego systemu można również wymienić aukcjонера, który pośredniczy w zawieraniu transakcji między sprzedającymi i kupującymi. Elementy systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki zostały zaprezentowane na rys. 2.



Rys. 2. Elementy systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy wskazać, że elementami aukcyjnego systemu rynkowego są sprzedający, aukcjoner, kupujący, dzieła sztuki oraz ujawnione na rynku potrzeby. Po wyodrębnieniu zbioru elementów systemu możliwe jest określenie atrybutów, cech i właściwości elementów rynku aukcyjnego (tabela 1).

Struktura wewnętrzna aukcyjnego systemu rynkowego, oprócz omówionych elementów podmiotowych i przedmiotowych, obejmuje również relacje, tzn. wszelkiego rodzaju zależności, powiązania i oddziaływania pomiędzy nimi.

Tabela 1. Cechy elementów rynku aukcyjnego dzieł sztuki

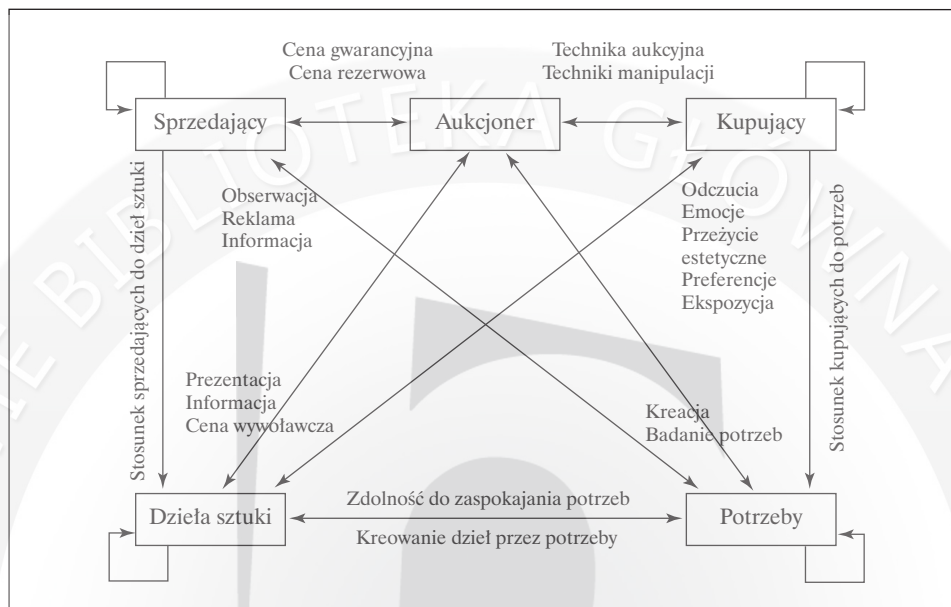
Elementy systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki	Cechy (atrybuty)
Sprzedający	Profil (typ) – osoba fizyczna (właściciel, artysta); osoba prawna (dom aukcyjny, firma, instytucja)
Aukcjoner	Osobowość Zachowanie
Kupujący	Profil (typ) – osoba fizyczna (płeć, wiek, narodowość, zawód, wykształcenie, miejsce zamieszkania, zainteresowania); osoba prawna (np. muzea, domy aukcyjne, galerie) Dochody, stan posiadania, gusty i upodobania, preferencje, tradycja, nawyki, zamiłowania, pragnienia, dążenia
Dzieła sztuki	Twórca Czas powstania Format Koszty materiału Technika wykonania Jakość wykonania Stan zachowania Sygnowanie
Potrzeby	Rodzaj Pilność Substytucja Komplementarność

Źródło: opracowanie własne.

W systemie rynku aukcyjnego dzieł sztuki można wyróżnić m.in. następujące relacje: sprzedający – aukcjoner – kupujący, sprzedający – dzieła sztuki, kupujący – potrzeby, dzieła sztuki – potrzeby, sprzedający – aukcjoner, aukcjoner – kupujący, aukcjoner – dzieła sztuki, aukcjoner – potrzeby, kupujący – dzieło sztuki, sprzedający – potrzeby.

Najważniejszą relacją w systemie rynkowym jest relacja między sprzedającymi i kupującymi, która dotyczy zawierania transakcji wymiennych i wyceny wartości rynkowej dzieła sztuki. W wypadku rynku aukcyjnego w zawarciu transakcji pośredniczy aukcjoner, który ustala ze sprzedającym cenę gwarancyjną lub rezerwową, cenę obiektu zaś wyznacza na podstawie przyjętej techniki aukcyjnej. Sprzedający w stosunku do oferowanych dzieł sztuki reprezentują podaż, z kolei kupujący reprezentują popyt¹². Relacja między sprzedającymi a dziełami sztuki wyraża stosunek podmiotowy sprzedających do posiadanych dzieł. Relacja kupujący – potrzeby wyraża natomiast podmiotowy stosunek kupujących do odczuwanych po-

¹² Na temat relacji pomiędzy podmiotami i przedmiotami rynkowymi zob. szerzej: S. Mynarski, *Analiza rynku...*



Rys. 3. Wybrane relacje między elementami systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki

Źródło: opracowanie własne.

trzeb (własnych lub cudzych). Stosunki pomiędzy kupującymi i dziełami sztuki mogą obejmować np. orientację w możliwości zakupu dzieła danej szkoły artystycznej czy też subiektywne odczucia i emocje nabywcy związane z danym dziełem sztuki. Charakter omawianej relacji będzie uwarunkowany nie tylko przez obiektywne cechy bądź walory użytkowe dzieła, ale również przez dostęp do informacji czy reklamę. Mając na uwadze poglądy estetyków, należy stwierdzić, że relacja między kupującym (odbiorcą) a dziełem sztuki może mieć charakter przeżycia estetycznego stanowiącego o wartości estetycznej. Kolejne relacje w systemie rynkowym to relacje na linii sprzedający – potrzeby. Może to być znajomość lub kreowanie potrzeb przez sprzedających czy oddziaływanie potrzeb na sprzedających. Z kolei przykładem relacji między dziełami sztuki a ujawnionymi na rynku potrzebami jest zdolność dzieł sztuki do zaspokajania określonych potrzeb kupujących czy też wpływ potrzeb na powstawanie nowych dzieł sztuki. Relacje pomiędzy elementami systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki zaprezentowano na rys. 3. Poza wymienionymi relacjami dwuczłonowymi w systemie rynkowym można wyróżnić relacje trzy-, cztero- i pięcioczłonowe, stanowiące podzbiory iloczynu kartezjańskiego odpowiednio trzech, czterech bądź pięciu zbiorów¹³.

Relacje występują również wewnątrz poszczególnych elementów systemu rynku aukcyjnego. Biorąc pod uwagę sprzedających, można mówić o kształtowaniu

¹³ Zob. szerzej: S. Mynarski, *Modelowanie rynku...*

się zjawiska konkurencji lub wzajemnego współdziałania podmiotów po stronie podaży. Z kolei relacja w ramach zbioru kupujących odnosi się do współdziałania lub konkurencji podmiotów po stronie popytu, przejawiających się w kooperacji, naśladownictwie, ostentacji itp. Relacja wewnątrz zbioru dzieł sztuki wyznacza substytucyjność lub komplementarność towarów, natomiast relacja wewnątrz zbioru potrzeb określa substytucyjność lub komplementarność potrzeb z punktu widzenia ich zaspokajania¹⁴.

Zarys systemowego ujęcia rynku aukcyjnego dzieł sztuki będzie stanowić punkt wyjścia do podjęcia próby powiązania rozważań na temat wartościowania dzieła sztuki na gruncie nauk estetycznych i ekonomicznych. W strukturze systemu rynkowego zostaną uwzględnione takie rodzaje wartości dzieła sztuki, jak: artystyczna, estetyczna oraz rynkowa.

Wartość artystyczna to „zespół własności i środków swoistych dla danego rodzaju sztuki, w które artysta wyposaża swe dzieło”¹⁵. Decyduje o niej kształt artystyczny dzieła, czyli to wszystko co należy do niego w sposób obiektywny i stanowi o stopniu doskonałości artystycznej. Doskonałość artystyczna jest rozumiana nie tylko jako umiejętność posługiwania się materiałem przez artystę, tzn. sposób wykorzystania zastosowanego tworzywa czy kunszt wykonania, ale również w jej ocenie uwzględniany jest układ kompozycyjny, faktura, zestawienie barw, światłocien itp. Wartość artystyczna jest przypisywana dziełu sztuki na podstawie jego własności zewnętrznych (wizualnych), a także na podstawie takich kryteriów, jak: stopień oryginalności dzieła, nowy sposób przedstawiania, doniosłość w dziejach sztuki. Wartości artystyczne nie mogą być rozważane w izolacji od kontekstu historycznego; są nierozzerwalnie związane z epoką, w której powstało dane dzieło sztuki. Z punktu widzenia systemowej koncepcji rynku dzieł sztuki, wartość artystyczna jest zatem związana z przedmiotowym elementem systemu rynkowego, jakim jest dzieło sztuki.

Z kolei wartość estetyczna odnosi się do reakcji odbiorcy na dzieło sztuki w trakcie procesu percepcji. Wartość estetyczna jest uzależniona od wrażliwości odbiorcy, stąd ocena dzieła sztuki ze względu na intensywność przeżycia estetycznego jest uwarunkowana przede wszystkim czynnikami natury subiektywnej. W literaturze z zakresu estetyki występują dwie propozycje odpowiedzi na pytanie o sposób poznawania wartości estetycznej. Według pierwszej wartość dociera do człowieka na zasadzie poznania pozaintelektualnego – dzięki intuicji i uczuciom; według drugiej wartość estetyczna jest poznawana racjonalnie w procesach poznawczych analogicznych do poznania logicznego. Przy ocenie wartości estetycznej, kontekst historyczny i informacja o innych dziełach sztuki niekoniecznie muszą być uznane za istotne. Mając na uwadze systemową koncepcję rynku, wartość estetyczna powstaje na poziomie relacji dzieło sztuki – kupujący (przyjmując upraszczające założenie, że kupujący jest odbiorcą).

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ M. Gołaszewska, *O naturze wartości estetycznych na tle sytuacji aksjologicznej*, UJ, Kraków 1986.



Rys. 4. Wartość artystyczna, estetyczna i rynkowa na tle struktury systemu rynku dzieł sztuki

Źródło: opracowanie własne.

Wreszcie trzeci rodzaj wartości dzieła sztuki – wartość rynkowa powstaje na poziomie relacji sprzedający – kupujący. Struktura systemu rynku dzieł sztuki z uwzględnieniem wartości artystycznej, estetycznej i rynkowej została zaprezentowana na rys. 4. Przyjęcie systemowej koncepcji rynku pozwala na obrazowe połączenie wartościowania dzieła sztuki na gruncie dwóch różnych nauk – ekonomii i estetyki.

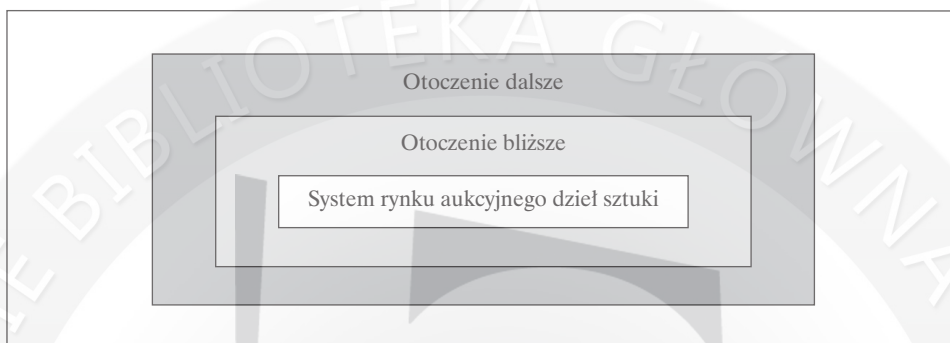
3. Otoczenie systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki

System rynku aukcyjnego dzieł sztuki znajduje się pod wpływem otoczenia¹⁶. Otoczeniem systemu jest zbiorowość wszystkich obiektów, których zmiany właściwości wpływają na system lub których charakterystyki ulegają zmianie w wyniku zachowania się systemu¹⁷. Otoczenie zatem z jednej strony oddziałuje na system, z drugiej zaś samo pozostaje pod jego wpływem. Oddziaływanie otoczenia na układ rynkowy odbywa się za pomocą wejść, a układu rynkowego na otoczenie – za po-

¹⁶ „Otoczenie jest kategorią nieostrą, do pewnego stopnia niedefiniowalną i nie poddającą się ścisłemu sprecyzowaniu. Otoczenie może być określone tylko ze względu na system [...], otoczenie to wszystko to, co znajduje się poza systemem. [...] Granica pomiędzy systemem a otoczeniem nie zawsze jest ostra, tak że często – zwłaszcza w odniesieniu do systemów o dużym stopniu komplikacji – pojawiają się wątpliwości, czy dany element należy do systemu, czy do jego otoczenia”. Zob. szerzej: *Elementy teorii systemów...*

¹⁷ Zob. szerzej: *Słownik matematyki i cybernetyki...*

mocą wyjść. Powiązania układu rynkowego z otoczeniem mogą mieć charakter materialny, energetyczny bądź informacyjny.



Rys. 5. Otoczenie bliższe i dalsze systemu rynku aukcyjnego

Źródło: opracowanie własne.

Otoczenie systemu rynku aukcyjnego dzieł sztuki można podzielić na dwa rodzaje: otoczenie bliższe i dalsze (rys. 5). Otoczenie bliższe obejmuje ogólną sytuację na rynku dzieł sztuki (należą do niego np. ceny dzieł sztuki, import lub eksport dzieł sztuki, promocja na rynku sztuki, opinie krytyków i historyków sztuki, moda na określone szkoły artystyczne). Do otoczenia dalszego można zaliczyć elementy, które wywierają wpływ zarówno na otoczenie bliższe, jak i sam system rynkowy, w tym sytuację demograficzną, koniunkturę gospodarczą, poziom dochodu narodowego, dochody ludności, wielkość konsumpcji, poziom wskaźnika inflacji, poziom stóp procentowych, kursy walut, sytuację na giełdzie papierów wartościowych itp.¹⁸

4. Zakończenie

W artykule zostało zaprezentowane ukształtowanie rynku aukcyjnego dzieł sztuki w ujęciu systemowym. Przyjęcie założeń teorii systemów pozwoliło na szerokie potraktowanie podejmowanych zagadnień i uwzględnienie osiągnięć różnych dziedzin nauki, w tym ekonomii, estetyki, psychologii i socjologii. Elementami podmiotowymi omawianego systemu są uczestnicy rynku aukcyjnego, natomiast elementami przedmiotowymi są dzieła sztuki oraz potrzeby realizowane poprzez zakup dzieł sztuki, mające pokrycie w odpowiednim funduszu nabywczym. Poszcze-

¹⁸ Przykłady oddziaływania elementów otoczenia dalszego na system rynku aukcyjnego – wzrost PNB oznacza wzrost dochodów, konsumpcji i inwestycji, a w konsekwencji może wpływać na wzrost zainteresowania zakupem dzieł sztuki; wysoki poziom wskaźnika inflacji, niekorzystny dla wzrostu gospodarczego kraju, powinien negatywnie oddziaływać na koniunkturę, natomiast zjawisko inflacji pociąga za sobą ucieczkę od pieniądza, co może prowadzić do wzrostu popytu na dzieła sztuki.

gólnym elementem systemu można przypisać określony zespół cech (atrybutów). Struktura wewnętrzna systemu rynku aukcyjnego obejmuje również relacje, tzn. wszelkiego rodzaju zależności i interakcje pomiędzy elementami. Zaprezentowana w artykule koncepcja dotycząca relacji między elementami systemu pozwala na połączenie koncepcji wartościowania dzieła sztuki (wartości artystycznej, estetycznej i rynkowej) na gruncie estetyki oraz w teorii ekonomii. Określenie elementów i relacji systemu rynku aukcyjnego może stanowić punkt wyjścia rozważań nad jego funkcjonowaniem.

Literatura

- Elementy teorii systemów i informacji*, pod red. S. Mynarskiego, AE w Krakowie, Kraków 1989.
- Findeisen W., *Analiza systemowa – podstawy i metodologia*, PWN, Warszawa 1985.
- Gołaszewska M., *Istota i istnienie wartości: studium o wartościach estetycznych na tle sytuacji aksjologicznej*, PWN, Warszawa 1990.
- Gołaszewska M., *O naturze wartości estetycznych na tle sytuacji aksjologicznej*, UJ, Kraków 1986.
- Gołaszewska M., *Zarys estetyki*, PWN, Warszawa 1984.
- Malinowski B., *Jednostka, społeczność, kultura*, PWN, Warszawa 2000.
- Maslow A.H., *Motivation and Personality*, Harper and Row, New York 1954.
- Mazurek-Lopacińska K., *Kultura w gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 1997.
- Mynarski S., *Analiza rynku. Systemy i mechanizmy*, AE w Krakowie, Kraków 1993.
- Mynarski S., *Cybernetyczne aspekty analizy rynku*, PWN, Warszawa 1973.
- Mynarski S., *Modelowanie rynku w ujęciu systemowym*, PWN, Warszawa 1982.
- Słownik matematyki i cybernetyki ekonomicznej*, PWE, Warszawa 1985.
- Stołowicz W., *O specyfice wartości estetycznych* [w:] *Kryzys estetyki*, pod red. M. Gołaszewskiej, Międzynarodowa Konferencja Estetyczna, UJ, Instytut Filozofii, Kraków 1979.
- Szczepański J., *Zagadnienia socjologii współczesnej*, PWN, Warszawa 1965.
- Tatariewicz W., *O wartościach dzieła sztuki*, Materiały II Seminarium Metodologicznego Stowarzyszenia Historyków Sztuki, 19–21 V 1966, Desa-Arkady, Warszawa 1968.
- Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, PWN, Biblioteka Socjologiczna, Warszawa 1971.

Systems Theory and the Morphology of the Artworks Auction Market

This article presents the artworks auction market in systemic terms. According to systems theory, reality may be treated as a collection of systems which retain their own identity and particularity, while at the same time interacting with, and affecting, each other.

In considering the artworks auction market in terms of systems theory, the article identifies its various elements as well as their interaction. The subjective elements in the system are the market participants, while the objective elements are the artworks themselves and the needs that are satisfied by the purchase of artworks. These are supported by an appropriate bid fund. The internal structure of the auction market also includes all the forms of interdependence and interaction between the individual elements. The article also considers the immediate and secondary environment in which the auction market functions.

It is worth emphasising that adopting a systems theory approach meant that the insights of other disciplines, for example, economics, aesthetics, psychology and sociology, could be taken into account, and a broader perspective achieved.