

Joanna Białynicka-Birula

Katedra Analizy Rynku i Badań Marketingowych

Wartość dzieła sztuki w kontekście teorii estetycznych i ekonomicznych

1. Wprowadzenie

Zagadnienie wartościowania dzieł sztuki jest problemem niezwykle złożonym i kontrowersyjnym, występującym co najmniej w dwóch płaszczyznach: filozoficznej oraz ekonomicznej. Już samo sformułowanie precyzyjnej definicji pojęcia „dzieło sztuki” stanowi jedno z najtrudniejszych zadań estetyki z uwagi na duży zakres przedmiotów określanych tym mianem. Przed przystąpieniem do rozważań nad kwestią wartości dzieła sztuki należy zauważyć, że w samym pojęciu „dzieło sztuki” uwidocznił się jego aksjologiczny charakter. Osobliwość dzieła sztuki przejawia się w trudnościach związanych z określeniem ich wartości, a w konsekwencji wyodrębnieniem poszczególnych składników tej wartości. W literaturze podejmującej zagadnienia aksjologiczne istnieje kilka kwestii spornych związanych z pojęciem wartości:

- źródło wartości – czy same rzeczy posiadają wartość, czy też wartość jest im nadawana przez człowieka (spór między obiektywistycznym i subiektywistycznym rozumieniem wartości),
- zależność wartości – czy rzeczy posiadają wartość stałą czy zależną od okoliczności (spór między absolutystami a relatywistami),
- historyczna zmienność wartości – czy wartość zmienia się z upływem czasu i zmianą warunków historycznych (pozytywnie na to pytanie odpowiadają przedstawiciele historyzmu),
- pewność wartości – czy można o wartościach wypowiadać sądy z całkowitą pewnością ich trafności (kwestia uwzględniana przez sceptycyzm).

W niniejszym artykule zostaną nakreślone poglądy estetyków i ekonomistów na kwestie wartościowania dzieł sztuki, co pozwoli na poznanie problemu z dwóch różnych punktów widzenia. W teorii estetyki rozważane są wartości artystyczne i estetyczne dzieł sztuki, z kolei na gruncie nauk ekonomicznych – wartość rynkowa.

2. Wartość artystyczna i estetyczna dzieła sztuki

Problematyka wartościowania dzieł sztuki stanowi jeden z najważniejszych przedmiotów rozważań estetyków. Prezentacja ich poglądów znacznie przekracza ramy niniejszego artykułu, stąd nakreślone zostaną tylko najistotniejsze kwestie¹.

Dzieło sztuki, rozpatrywane z estetycznego punktu widzenia, jest przedmiotem wyposażonym w dwa podstawowe rodzaje wartości, a mianowicie: wartości artystyczne i estetyczne². Spory dotyczące natury wartości koncentrowały się i koncentrują nadal wokół odpowiedzi na pytania: czy wartości te są autonomiczne czy też zależne od innych wartości; czy mają charakter obiektywny i przysługują dziełom sztuki niezależnie od ludzkich sądów, czy też subiektywny wynikający z projekcji doznań odbiorcy. W historii estetyki istniały dwa przeciwstawne stanowiska dotyczące sposobu istnienia wartości dzieła sztuki. Obiektywizm aksjologiczny zakładał, że wartości są cechą przysługującą przedmiotom niezależnie od oceny wydanej przez odbiorcę. Natomiast zgodnie z subiektywizmem aksjologicznym wartość jest nadawana przez podmiot poznający i zależy od jego emocji, woli, intelektu. Estetycy prowadzą poszukiwania wartości bądź w samym dziele sztuki, bądź też w reakcji odbiorcy na konkretne dzieło sztuki – jeśli jest to reakcja pozytywna dzieło posiada wartość, jeśli negatywna – jest jej pozbawione. Pozostawiając na marginesie dyskusje estetyków na temat struktury, sposobu istnienia i historycznej zmienności wartości, w niniejszym artykule zostanie zaprezentowana istota wartości artystycznych i estetycznych dzieła sztuki oraz wzajemne relacje między nimi.

Wartości artystyczne to „zespół własności i środków swoistych dla danego rodzaju sztuki, w które artysta wyposaża swe dzieło”³. Decyduje o nich kształt artystyczny dzieła, czyli to wszystko, co należy do niego w sposób obiektywny i stanowi o stopniu doskonałości artystycznej. Doskonałość artystyczna rozumiana jest nie tylko jako umiejętność posługiwania się materiałem przez artystę, tzn. sposób wykorzystania zastosowanego tworzywa czy sztuki wykonawstwa, ale również w jej ocenie uwzględniany jest układ kompozycyjny, faktura, zestawienie barw, światłości itd. Wartości artystyczne są przypisywane dziełu sztuki nie tylko na podstawie wizualnych, zewnętrznych własności, ale także na podstawie takich kryteriów, jak: stopień oryginalności dzieła, nowy sposób przedstawiania, doniosłość w dziejach sztuki przejawiająca się np. w powstaniu nowego kierunku w historii sztuki. Wartości artystyczne nie mogą być rozważane w izolacji od kontekstu historycznego; są

¹ Poglądy współczesnych estetyków na kwestie wartościowania dzieł sztuki można znaleźć m.in. w następujących pracach: A. Cejnowa, B. Dziemidok, M. Janiak, „Problematyka wartościowania w amerykańskiej filozofii i estetyce XX wieku”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1995; M. Gołaszewska, *O naturze wartości estetycznych na tle sytuacji aksjologicznej*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1986; B. Kotowa, *Metodologiczny status wartościowań artystycznych i estetycznych w perspektywie antynaturalistycznej*, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 1989; T. Kulka, *O artystycznej i estetycznej wartości sztuki* [w:] M. Gołaszewska, *Estetyka w świetle*, t. 1, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1984.

² Szerzej zob.: B. Kotowa, *op.cit.*

³ M. Gołaszewska, *O naturze wartości estetycznych...*

nirozzerwalnie związane z epoką, w której powstało dane dzieło sztuki. Ich istnienie może być w znacznym stopniu uzależnione od dostępnych artyście materiałów, opanowanych technik tworzenia czy nawet od warunków materialnych artysty. Wartości artystyczne nie są możliwe do zidentyfikowania bez kryteriów wywodzących się spoza dzieła, a zależnych od przyjętych konwencji i kanonów. W przeciwieństwie do wartości estetycznych – wartości artystyczne są niezależne od podmiotu wartościującego. Dla W. Tatarkiewicza wartości artystyczne to idee, które realizują artyści, to style, założenia artystyczne, które są lub nie są aktualizowane. Wartości artystyczne są tym, co artysta zdoła zawrzeć w swoim dziele, są rezultatem relacji między artystą a dziełem. R. Ingarden twierdzi, że brak wartości artystycznej „sprawia, że dany przedmiot przestaje być w ogóle dziełem sztuki”⁴.

Drugim przedmiotem zainteresowania estetyków, obok wartości artystycznych, są wartości estetyczne. Wartości estetyczne są nierozzerwalnie związane z reakcją odbiorcy na dzieło sztuki w trakcie procesu percepcji. Zgodnie z wieloma teoriami estetycznymi zasadniczą funkcją dzieła sztuki jest wywoływanie przeżycia estetycznego⁵. Warto zwrócić uwagę, że niektórzy estetycy podkreślają niemożność definiowania dzieła sztuki bez odwoływania się do kategorii przeżycia estetycznego (H. Osborn, M. Gołaszewska, M. Beardsley). Przedmiot, zgodnie z prezentowaną koncepcją, może być określany mianem dzieła sztuki tylko wówczas, gdy jest zdolny do dostarczenia przeżycia o charakterze estetycznym.

Wartości estetyczne są uzależnione od wrażliwości odbiorcy, a zatem ocena dzieła sztuki ze względu na intensywność przeżycia estetycznego jest uwarunkowana przede wszystkim czynnikami natury subiektywnej. Rodzaj i intensywność doświadczeń estetycznych odbiorców dzieła sztuki są niemierzalne, a więc i nieporównywalne⁶. W literaturze 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 poznawana jest 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. Ocena dzieła sztuki w aspekcie estetycznym nie wymaga zatem znajomości miejsca i czasu powstania dzieła, tak jak w wypadku wartości artystycznych.

Wartości artystyczne i estetyczne są rozważane w koncepcji M. Gołaszewskiej na tle ogólnej sytuacji estetycznej. Wartości przypisywane dziełu sztuki są wyrazem związków istniejących pomiędzy dziełem sztuki a artystą i odbiorcą – z artystą łączy je bezpośrednio wartości artystyczne, natomiast z odbiorcą – wartości estetyczne. „W dziele sztuki pozostaje utrwalony ślad zamierzeń twórcy, jako założenie

⁴ R. Ingarden, *Przeżycie dzieła, wartość*, PWN, Warszawa 1966, s. 146.

⁵ Opis teorii przeżycia estetycznego można znaleźć w pracy: M. Gołaszewska, *Zarys estetyki*, PWN, Warszawa 1984.

⁶ M. Gołaszewska wyróżnia kilka typów odbiorców sztuki. Zob. szerzej: M. Gołaszewska, *Zarys estetyki*, PWN, Warszawa 1984, s. 292–295.

artystyczne dzieła; założenie artystyczne staje się ośrodkiem konstituowanego przez odbiorcę przedmiotu estetycznego⁷. Wartościowanie artystyczne uzależnione jest od wysiłku twórcy przy tworzeniu dzieła, a wartościowanie estetyczne przedmiotów dokonuje się pod wpływem przeżycia doznawanego w trakcie ich spostrzegania.

Wartości artystyczne i estetyczne nie zawsze współlistnieją w jednym dziele sztuki z tym samym natężeniem, jednakże „minimalna obecność każdej z wartości jest konieczna, jeśli przedmiot ma być uznany za dzieło sztuki”⁸. Ocena walorów artystycznych i estetycznych odbywa się zatem w dwóch różnych wymiarach: artystycznym i estetycznym. Dziełu sztuki można przyznać bardzo wysoką wartość artystyczną i niemal zerową wartość estetyczną. Artystyczne mistrzostwo nie stanowi bowiem warunku wystarczającego do stworzenia dzieła zdolnego do wywołania przeżycia o charakterze estetycznym. Ponadto przypisanie dziełu sztuki wysokiej wartości estetycznej nie wyklucza jego bardzo niskiej wartości artystycznej. Jeśli doskonałość artystyczna i zdolność wywołania przeżycia estetycznego występują równocześnie w dużym natężeniu w jednym dziele sztuki należy nadać mu miano arcydzieła⁹.

3. Wartość dzieła sztuki w kontekście ekonomicznych teorii wartości

Wartości artystyczne i estetyczne są przypisywane dziełu sztuki na płaszczyźnie filozoficznej, pierwsze są związane z samym dziełem sztuki, drugie zaś wynikają z relacji między dziełem sztuki a odbiorcą. Wartość dzieła sztuki może być również rozważana na gruncie nauk ekonomicznych. W niniejszym artykule zostanie omówione zagadnienie wartościowania dzieła sztuki w kontekście ekonomicznych teorii wartości i ceny. Mając na względzie mnogość i różnorodność koncepcji w tym zakresie, zarysowane zostaną najważniejsze poglądy, a następnie podjęta zostanie próba znalezienia teorii wartości adekwatnej do dzieła sztuki.

W historii myśli ekonomicznej, podobnie jak w koncepcjach powstałych na gruncie nauk estetycznych, wyraźnie rysują się dwa kontrastujące stanowiska dotyczące źródeł pochodzenia wartości, a mianowicie obiektywne i subiektywne. Upraszczając problem, można stwierdzić, że ekonomiści będący zwolennikami obiektywnego pojmowania wartości upatrują jej w kosztach poniesionych na wytworzenie danego dobra (A. Smith, D. Ricardo, H.C. Carey, K. Marks). Według nich podstawą wartości są koszty produkcji (A. Smith)¹⁰, koszty reprodukcji (H.C. Carey) bądź

⁷ *Ibidem*, s. 277.

⁸ M. Gołaszewska, *O naturze wartości estetycznych...*

⁹ Zob. szerzej: M. Gołaszewska, *Estetyka w świecie*, s.

¹⁰ Początkowo A. Smith opiera wartość rzeczy na pracy potrzebnej do jej wytworzenia, stopniowo jednak zmienia stanowisko i rozwija teorię opartą na kosztach produkcji. Twierdzi, że w warunkach produkcji kapitalistycznej na wartość wymienną towaru składają się trzy składowe koszty produkcji: płaca, zysk oraz renta gruntowa.

praca (po części D. Ricardo, K. Marks). Przedstawiciele teorii obiektywnych, przypisując producentowi prawo ustalania wartości dóbr według kosztów produkcji, zwracają uwagę tylko na podażową stronę rynku. W swych koncepcjach nie uwzględniają wartościotwórczego charakteru czynników związanych z popytem na rynku. Pomijają zatem wpływ nabywcy na kształtowanie się wartości towaru.

Z kolei reprezentanci stanowiska subiektywnego utożsamiają wartość z korzyściami, które dane dobro przynosi konsumentowi. Według nich źródło wartości i ceny jest związane z potrzebami człowieka, a nie z nakładami, wysiłkiem i pracą konieczną do wytworzenia towaru. Koncepcje te wiążą wartość z indywidualnym i subiektywnym odczuciem konsumenta związanym z określonym dobrem w procesie konsumpcji (Condillac, W. Jevons, L. Walras, F. Wieser, E. Bohm-Bawerk). W odróżnieniu od szkoły klasycznej i jej epigonów, kierunki subiektywne są na wskroś zindywidualizowane, punktem wyjścia ich rozważań jest dążenie człowieka do maksymalizacji przyjemności i minimalizacji przykrości. W podejściu subiektywistycznym wartość jest utożsamiana z ogólnie pojmowaną użytecznością (Condillac), krańcowym stopniem użyteczności (W. Jevons, szkoła austriacka – H. Gessen, K. Menger; szkoła lozańska – L. Walras, V. Pareto; szkoła szwedzka (K. Wicksell, G. Cassel), wreszcie z opartą na użyteczności krańcowej wartością użytkową (F. Wieser, E. Bohm-Bawerk)¹¹.

Mając na względzie różne koncepcje rozumienia pojęcia użyteczność, należy wskazać, że może być ono rozpatrywane w dwóch płaszczyznach: realnej i społecznej¹². Prezentacja takiego podziału wydaje się zasadna z punktu widzenia tematyki niniejszej pracy. Użyteczność realna, wyrażona przez obiektywne właściwości produktu, jest wyrazem związku zachodzącego pomiędzy produktem a potrzebą, do zaspokojenia której produkt jest przeznaczony. Z kolei użyteczność rozważana w kontekście społecznym jest rozumiana jako dodatkowy użytek dla konsumenta z punktu widzenia prestiżu, mody, wyróżnienia się itp. Użyteczność społeczna obejmuje również aspekty estetyczne produktu, a więc cechy powszechnie uznawane za niemierzalne bądź trudne do obiektywnej oceny.

Przedstawiciele kierunków subiektywnych twierdzą, że użyteczność jest nierozdzielnie związana z rzadkością. Użyteczność dóbr połączona z ich ograniczonością leży u podstaw teorii L. Walrasa, który definiuje rzadkość dóbr jako „stosunek użyteczności do ilości, czyli użyteczność zawarta w jednostce ilości”¹³. Zgodnie

¹¹ Pojęcie użyteczności krańcowej stworzyli równocześnie w 1891 r. S. Jevons i K. Menger. Użyteczność krańcowa stała się punktem wyjścia do formułowania praw ekonomicznych przez szkołę psychologiczną. Według tej szkoły użyteczność to zdolność do zaspokojenia konkretnej potrzeby człowieka, zaś użyteczność krańcowa to przyrost zadowolenia wywołany zwiększeniem konsumpcji o jednostkę dobra.

¹² Szkoła austriacka abstrahuje w swej teorii od społecznej strony zagadnień gospodarczych. Tymczasem niektóre teorie przywiązują dużą wagę do społecznych uwarunkowań wartości. Przedstawiciele szkoły amerykańskiego instytucjonalizmu (S.N. Patten, H. Kyrk) twierdzą, że konsument nie jest *homo oeconomicus* dążący do maksymalnego zaspokojenia potrzeb, ale *homo habitus* uwzględniający opinie i oczekiwania określonej grupy społecznej.

¹³ M. Nieduszyński, *Teorie wartości i ceny*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków 1961.

z jego koncepcją wartości zamienne są proporcjonalne do rzadkości. Teorię wartości opartą na pojęciu rzadkości próbował wcześniej zbudować D. Ricardo. W „Zasadach ekonomii politycznej i opodatkowania” stwierdził, że drugim źródłem wartości, oprócz pracy, jest właśnie rzadkość. Według niego istnieją pewne, nieliczne dobra, których „wartość określa się wyłącznie ich rzadkością. Do tego rodzaju dóbr należą rzadkie rzeźby i obrazy, rzadkie książki i monety, wina”¹⁴. Zgodnie z koncepcją D. Ricardo są one wartościowe ze względu na ich ograniczoną ilość, której nie można zwiększyć poprzez pracę. W rezultacie zwiększona podaż nie może wpływać na obniżenie ich wartości. „Wartość takich dóbr jest całkowicie niezależna od ilości pracy zużytej pierwotnie na ich wytworzenie i ulega wahaniom stosownie do wahań w zamożności i upodobaniach osób pragnących je posiadać”¹⁵.

W podsumowaniu rozważań na temat teorii subiektywnych należy podkreślić, że ich przedstawiciele zwracają uwagę przede wszystkim na popytową stronę rynku. Koncepcje te, upatrując źródeł wartości w indywidualnych odczuciach konsumenta, pomijają wpływ podaży na wartość towaru.

Próbę połączenia elementów obiektywnych i subiektywnych w rozumieniu pojęcia wartości podjęła szkoła neoklasyczna¹⁶. Najwybitniejszy przedstawiciel neoklasycyzmu A. Marshall odrzuca koncepcje klasycznej ekonomii angielskiej uzależniające wartość i cenę wyłącznie od czynników podaży (kosztów produkcji). Neguje również teorie koncentrujące uwagę tylko na popytowej stronie rynku i wyjaśniające wartość za pomocą użyteczności. Sformułowana przez niego syntetyczna teoria wartości wskazuje, że na wartość i cenę wpływają w takim samym stopniu zarówno podaż, jak i popyt na rynku. Dobro posiada wartość, gdyż zawiera koszt produkcji poniesiony przez producenta i zarazem jest użyteczne dla konsumenta. Według A. Marshalla na rynku współistnieje cena popytu i cena podaży. Cena popytu tzn. cena, którą konsument *ceteris paribus* jest skłonny zapłacić za dane dobro jest określona przez użyteczność krańcową. Z kolei cena podaży, czyli cena, po której sprzedający jest gotów sprzedać towar jest uwarunkowana przez rzeczywiste koszty produkcji, w tym pracę. Jeżeli cena popytu jest równa cenie podaży dochodzi do równowagi na rynku¹⁷. W krótkich okresach większy wpływ na kształtowanie ceny ma popyt, a w długich podaż – zależna od kosztów produkcji. Podsumowując teorię A. Marshalla, należy wskazać, że wartość i cenę towaru kształtują czynniki, które wyznaczają podaż i popyt na rynku.

¹⁴ D. Ricardo, *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania* [w:] *Wartość i cena. Wypisy z dzieł autorów polskich i obcych*, Wydawnictwo Kazimierza Rutkiego, Warszawa–Łódź 1949.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ Zob. szerzej: Z. Romanow, *Teorie wartości i ceny w rozwoju myśli ekonomicznej*, AE w Poznaniu, Poznań 1995; *Wartość i cena...*; M. Nieduszyński, *op.cit.*

¹⁷ Jeżeli cena popytu jest większa od ceny podaży, sprzedawcy otrzymują pewną nadwyżkę i pojawia się tendencja do zwiększania ilości przeznaczzonego na sprzedaż towaru. W sytuacji przeciwnej – sprzedawcy w cenie produktu nie otrzymują zwrotu kosztów produkcji i pojawia się siła zmniejszająca ilość towaru na rynku.

Pamiętając, że na marginesie rozważań pozostały liczne ekonomiczne teorie wartości i ceny, należy wyraźnie zaznaczyć, że przedyskutowane zostały tylko te, które choć w pewnym stopniu mogą być wykorzystane do wyjaśnienia źródeł wartości dzieła sztuki. Przegląd wybranych koncepcji wartości i ceny w teorii ekonomii obrazuje tabela 1.

Opierając się na zaprezentowanych ekonomicznych teoriach wartości, przedyskutowany zostanie stopień ich adekwatności do problemu wartościowania dzieła sztuki. Należy oczekiwać, że ze względu na unikatowy i niepowtarzalny charakter każdego dzieła sztuki trudno będzie znaleźć jedną stosowną koncepcję wyjaśniającą źródła wartości sztuki.

Przyjmując obiektywne teorie wartości, należałoby oprzeć wartość dzieła sztuki na pracy i kosztach produkcji. Zwolennikiem wartościotwórczej roli pracy artysty był G. Sorel, według którego wartość i cena dzieła sztuki wzrastają wprost proporcjonalnie do ilości i jakości pracy niezbędnej do jego wykonania. W jego opinii złożoność struktury dzieła, zawilóść motywów, liczba ornamentów, perfekcja wykonania wyznaczają wartość dzieła sztuki. Stanowisko takie mogłoby być w pewnym stopniu słuszne w odniesieniu do dzieł sztuki tworzonych od czasów średniowiecza do dwudziestowiecznego akademizmu. Jednakże uwzględnienie kierunków artystycznych powstałych od połowy XIX w. i w XX w. zmusza do odrzucenia teorii wartości opartej na pracy. Dzieła współczesne cenione są bowiem niejednokrotnie za prostotę kompozycji czy oryginalny pomysł twórcy.

W historii myśli ekonomicznej pojawiła się także koncepcja uznająca za źródło wartości dzieła sztuki nie tylko pracę, ale szeroko pojmowane koszty produkcji. Wydaje się, że w kontekście niepowtarzalnego charakteru każdego dzieła trafniejsze jest stosowanie określenia „koszty wytworzenia” zamiast „koszty produkcji”. Zagadnienie kosztów wytworzenia dzieła sztuki omawia J. Ruskin, według którego najniższa cena dzieła sztuki powinna pokrywać koszty utrzymania artysty „o chlebie i wodzie” oraz koszty schronienia i opału¹⁸. Warto podkreślić, że J. Ruskin identyfikuje koszty wytworzenia z ceną minimalną dzieła sztuki, nie precyzując poziomu jego ceny maksymalnej. Wśród kosztów wytworzenia dzieła sztuki należy również wymienić nakłady materiałowe poniesione na jego wykonanie, np. koszty zakupu płótna, pędzli, farb, marmuru, drewna itd. Mimo praktycznej możliwości kalkulacji tych kosztów, trudno uznać, aby stanowiły one podstawę wartościowania dzieła sztuki. Akceptacja takiego stanowiska oznaczałaby negację istnienia wartości artystycznych i estetycznych i pozbawiałaby dzieła sztuki ich unikatowego, niepowtarzalnego charakteru. Równocześnie nie uwzględniałaby talentu i pomysłu poszczególnych artystów, ich wiedzy i intuicji, kunsztu i precyzji wykonania dzieła, sprowadzając jego wartość jedynie do kosztów o charakterze technicznym. Tymczasem już w XVI w. F. de Hollanda wskazywał, że dzieła należy oceniać według zdolności ręki, która je wykonała.

¹⁸ J. Ruskin, *Ekonomia polityczna w sztuce. Wieczysta szczęśliwość* [w:] *Sztuka, społeczeństwo, wychowanie*, Ossolineum Wydawnictwo PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1977.

Tabela 1. Wybrane koncepcje wartości i ceny w teorii ekonomii

Kierunek/szkoła ekonomiczna	Reprezentant	Rozumienie wartości i ceny
Klasyczna ekonomia angielska	A. Smith	Wyróżnia dwa rodzaje wartości: wartość użytkową pojmowaną obiektywnie jako użyteczność i wartość wymienną jako zdolność danego dobra, dzięki której może ono być wymieniane na inne. Wartość wymienna kształtuje się niezależnie od wartości użytkowej (paradoks wartości). Wartość wymienną określa ilość pracy zawarta w towarze w wypadku produkcji drobnotowarowej. W warunkach produkcji kapitalistycznej na wartość wymienną towaru składają się trzy składowe koszty produkcji: płaca, zysk i renta gruntowa. Ceny rynkowe w długim okresie zmierzają do ceny naturalnej równej kosztom produkcji – sumie wynagrodzeń czynników wytwórczych (tzw. dogmat Smitha).
	D. Ricardo	Wartość towaru obejmuje zarówno wartość przeniesioną ze zużytych środków produkcji, jak i wartość nowo wytworzoną. Wartość towaru określają nakłady pracy żywej i uprzedmiotowionej, czyli społeczne nakłady pracy niezbędne do jego wytworzenia. Dobra nabywają wartość z dwu źródeł: ze względu na swą rzadkość oraz ze względu na ilość pracy niezbędnej do wytworzenia. Ceny rynkowe odchylają się od cen naturalnych (wartości), kształtują się na podstawie podaży i popytu na rynku.
Ekonomia poklasyczna	J.B. Say	Źródłem wartości towaru jest jego użyteczność. Użyteczność stanowi górną granicę wartości wymiennej, dolną są koszty produkcji, które rozumie jako koszty wynagrodzeń czynników wytwórczych (płaca, zysk, renta gruntowa). W warunkach wolnokonkurencyjnych mechanizm rynkowy przybliża cenę rynkową do kosztów produkcji.
Szkoła austriacka (psychologiczna)	H. Gossen	Wartość dobra jest rozumiana jako indywidualne i subiektywne odczucie konsumenta, czyli znaczenie, jakie konsument przypisuje danemu dobru w procesie konsumpcji. W miarę zwiększania konsumpcji danego dobra przyrost zadowolenia wywołany zwiększeniem konsumpcji o jednostkę dobra maleje (użyteczność krańcowa maleje). Cena rynkowa jest wypadkową różnych indywidualnych ocen wartości towaru dokonanych przez nabywców i sprzedawców.
Szkoła lozańska (matematyczna)	L. Walras	Wartościowanie sprowadza się do stosunku wymiennego dwóch dóbr. Podstawą wartościowania jest intensywność ostatniej zaspokajanej potrzeby przez daną ilość dobra, czyli tzw. użyteczność krańcowa. U podstaw teorii cen leży pojęcie rzadkości. Cena jest określana przez użyteczność krańcową dobra oraz przez funkcyjną zależność podaży, popytu i ceny. Koncepcja ceny wyraźnie odchodzi od wartości towaru.

cd. tabeli 1

Kierunek/szkoła ekonomiczna	Reprezentant	Rozumienie wartości i ceny
Szkoła neoklasyczna	A. Marshall	Na wartość i cenę wpływają zarówno czynniki podażowe, jak i popytowe. Nie uzależnia wartości od użyteczności krańcowej, którą traktuje jako narzędzie analizy popytu. Koszty produkcji są wielkością współokreślającą wartość i cenę. Poziom ceny rynkowej towaru wyznaczony jest przez stosunek ceny popytu i ceny podaży rozumianej jako łączny koszt użytych do wytworzenia towarów czynników wytwórczych.
Keynesizm	J.M. Keynes	Akceptacja teorii wartości i ceny A. Marshalla.
Marksizm	K. Marks	Jedynym źródłem pomnażania wartości jest praca ludzka. Mechanizm kształtowania się przeciętnej stopy zysku i ceny produkcji jest podstawą cen rynkowych, ale nie wartości. Wartość równa się sumie pracy martwej (zużytych środków produkcji), pracy żywej (siły roboczej) i wartości dodatkowej. Towary na rynku nie są sprzedawane zgodnie z ich wartością. Istota działania prawa wartości polega na stałej tendencji sprowadzania relacji cen do relacji wartości za pośrednictwem mechanizmu rynkowego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Z. Romanow, *op. cit.*; *Wartość i cena...*; M. Nieduszyński, *op. cit.*

Podsumowując rozważania na temat obiektywnych kryteriów wartościowania dzieła sztuki, należy stwierdzić, że koncepcje upatrujące źródła wartości i ceny dzieła sztuki wyłącznie we wkładzie pracy artysty czy kosztach poniesionych na jego wytworzenie są błędne. Koszty wykonania dzieła sztuki mogą być uwzględniane jedynie do ustalania ceny minimalnej, przy założeniu akceptacji takiego poziomu ceny przez artystę¹⁹.

Krytykę obiektywnego rozumienia wartości dzieła sztuki podjął pod koniec XIX w. J. Ruskin, który zaprzeczał, że cena dzieła sztuki jest uwarunkowana ilością zawartej w nim pracy. Sformułowana przez niego koncepcja uwzględnia czynnik subiektywny warunkujący wartość dzieła sztuki – wartość i cena dzieła sztuki zależy od stopnia, w jakim nabywcy pragną posiadać dane dzieło. Rozwijając myśl J. Ruskina, należy stwierdzić, że stopień, w jakim nabywcy pragną posiadać dane dzieło może być uwarunkowany m.in. użytecznością i rzadkością – kategoriami identyfikowanymi jako źródło wartości w subiektywistycznych kierunkach teorii ekonomii. Na gruncie nauk estetycznych nie ma jednakże zgody w kwestii możliwości przypisania użyteczności wszystkim dziełom sztuki. Zasadniczo istnieją trzy podejścia do zagadnienia użyteczności dzieła sztuki. Pierwsze głosi, że każdy rodzaj sztuki i każde dzieło może być użyteczne, przy czym użyteczność nie tkwi

¹⁹ Artyści młodzi niejednokrotnie wyrażają zgodę na sprzedaż swoich dzieł po cenie równej kosztom wytworzenia, mając na celu zaistnienie na rynku i wypromowanie „nazwiska”.

w dziele apriorycznie i obiektywnie, lecz jest określona przez potrzeby i pragnienia odbiorcy. Drugie stanowisko odmawia dziełu sztuki utylitarnego charakteru i rozważa je wyłącznie w kontekście czystoestetycznych walorów w myśl hasła „sztuka dla sztuki” (*l'art pour l'art*). Wreszcie trzecia koncepcja wprowadza podział sztuki na sztukę „czystą” i „użytkową”, zakładając, że sztuka „czysta” przejawia użyteczność innego rodzaju niż sztuka „użytkowa”. Ze względu na spory estetyków w kwestii użyteczności dzieła sztuki przyjęcie stanowiska wiążącego wartość dzieła sztuki z użytecznością nie jest możliwe. Nawet w wypadku akceptacji takiej koncepcji, pojawiłby się niezwykle trudny problem pomiaru i porównywania użyteczności różnych dzieł sztuki.

Mając na względzie kolejne ekonomiczne koncepcje wartości, należy stwierdzić, że rzadkość dzieła sztuki może być w pewnym stopniu wyznacznikiem jego wartości. Teoria D. Ricarda, przyjmująca założenie stałej podaży dzieł sztuki, może być słuszną w odniesieniu do dzieł historycznych, stworzonych przez nieżyjących już twórców. Warto zaznaczyć, że podaż tych dzieł może niekiedy ulec zmianie w następstwie „odkrycia” zagubionych lub nieznanych dzieł artysty. Rozważana koncepcja nie jest natomiast adekwatna do dzieł twórców współczesnych ze względu na możliwość powstania nowych dzieł. W wypadku artystów żyjących podaż dzieł może wzrastać, trudno więc im przypisać cechę rzadkości.

Rozważając z kolei wartościotwórczy charakter użyteczności w aspekcie społecznym należy przytoczyć poglądy T. Veblena dotyczące źródeł wartości dzieła sztuki. W „Teorii klasy próżniaczej” formułuje on tezę, że dzieło sztuki „zawdzięcza wartość nie tyle swej piękności, ile prestiżowi, jaki daje jego posiadanie i użytkowanie oraz obmowie, na jaką naraża jego brak. Każdy przedmiot, aby przemówić do naszego poczucia piękna musi być zarówno piękny, jak i kosztowny”²⁰. Według T. Veblena źródłem wartości ekonomicznej dzieł sztuki jest uzasadniona społecznie użyteczność, wynikająca z pozaartystycznych przejawów życia społecznego. Posiadanie dzieła sztuki może podkreślać pozycję społeczną właściciela, prowadzić do awansu społecznego bądź zaznaczać odrębność lub wspólnotę z określoną grupą społeczną.

Subiektywizm aksjologiczny występuje również we współczesnych koncepcjach wartości dzieła sztuki. Stanowisko takie zajmuje M. Golka, który twierdzi, że wartość dzieła sztuki wynika z „rzadkości i intensywności jego pożądanego ze względu na specyficzną jego użyteczność”²¹.

W podsumowaniu rozważań na temat subiektywnych kryteriów wartościowania dzieła sztuki należy wskazać, że są one w dużym stopniu adekwatne do dzieła sztuki. W porównaniu z teoriami wartości opartymi na pracy i kosztach produkcji, koncepcje wartości wynikające z rzadkości czy innych cech dzieła postrzeganych indywidualnie przez nabywcę wydają się bardziej odpowiednie. Teorie próbujące wyjaśnić źródło wartości dzieła sztuki zostały zestawiono w tabeli 2.

²⁰ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, PWN, Biblioteka Socjologiczna, Warszawa 1971.

²¹ M. Golka, *Rynek sztuki*, Agencja Badawczo-Promocyjna Artia, Poznań 1991.

Tabela 2. Teorie wartości dzieła sztuki

Reprezentant	Poglądy na wartość dzieła sztuki
F. de Hollanda	Dzieła sztuki należy oceniać według zdolności ręki, która je wykonała.
D. Ricardo	Wartość dzieł sztuki jest określana wyłącznie ich rzadkością. Są one wartościowe ze względu na ich ograniczoną liczbę. Wartość dzieł sztuki jest całkowicie niezależna od ilości pracy zużytej pierwotnie na ich wytworzenie i ulega wahaniom stosownie do zamożności i upodobań osób pragnących je posiadać.
G. Sorel	Wartość i cena dzieła sztuki wzrastają wprost proporcjonalnie do ilości i jakości pracy niezbędnej do jego wykonania. Złożoność struktury dzieła, zawilość motywów, liczba ornamentów, perfekcja wykonania wyznaczają wartość dzieła sztuki.
J. Ruskin	Najniższa cena dzieła sztuki powinna pokrywać koszty utrzymania artysty „o chlebie i wodzie” oraz koszty schronienia i opału. Wartość i cena dzieła sztuki zależy od stopnia, w jakim nabywcy pragną posiadać dane dzieło.
T. Veblen	Dzieło sztuki zawdzięcza wartość nie tyle swej piękności, ile prestiżowi, jaki daje jego posiadanie i użytkowanie oraz obnowie, na jaką naraża jego brak. Źródłem wartości ekonomicznej dzieł sztuki jest uzasadniona społecznie użyteczność, wynikająca z pozaartystycznych przejawów życia społecznego.
M. Golka	Wartość dzieła sztuki wynika z rzadkości i intensywności jego pożądanego ze względu na specyficzną jego użyteczność.

Źródło: opracowanie własne.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania zasadna wydaje się synteza obiektywnego i subiektywnego rozumienia źródeł wartości dzieła sztuki. Przyjmując koncepcję Mashallowską, należy przyjąć, że wartość dzieła sztuki powinna być zdeterminowana zarówno przez podaż, jak i popyt na rynku²². Wartość rynkowa dzieła sztuki, wyrażona w cenie, jest uwarunkowana nie tylko przez czynniki ekonomiczne, lecz również pozaekonomiczne, w tym czynniki artystyczno-estetyczne czy kulturowo-społeczne. Do artystyczno-estetycznych uwarunkowań wartości rynkowej dzieła sztuki należałoby zaliczyć, omówione wcześniej, wartości artystyczne i estetyczne.

²² Kwestia identyfikacji i weryfikacji wpływu różnych czynników na poziom cen aukcyjnych dzieł sztuki została poruszona w pracach: J. Babiarz, *Identyfikacja czynników kształtujących ceny aukcyjne dzieł sztuki*, opracowanie cząstkowe badań statutowych „Badania wielowymiarowe rynków branżowych”, AE w Krakowie, Kraków 2000; J. Babiarz, *Wpływ cech dzieł sztuki na poziom ich cen aukcyjnych* [w:] *Zależności przyczynowo-skutkowe w badaniach rynkowych i marketingowych*, pod red. S. Mynarskiego, V Warsztaty Metodologiczne, AE w Krakowie, Kraków 2002; J. Babiarz, *Rola technik aukcyjnych w kształtowaniu cen licytowanych produktów*, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie, Kraków 2002, nr 605.

4. Podsumowanie

W niniejszym artykule została omówiona kwestia wartościowania dzieła sztuki na gruncie dwóch nauk: estetyki i ekonomii. Dzieło sztuki rozpatrywane z estetycznego punktu widzenia jest przedmiotem wyposażonym w dwa rodzaje wartości, a mianowicie: wartości artystyczne i estetyczne. Pierwsze, związane z samym dziełem sztuki, są ukształtowane przez artystę, drugie zaś wynikają z relacji powstającej między dziełem sztuki a odbiorcą w trakcie aktu percepcji. Z kolei na gruncie nauk ekonomicznych jest rozważana wartość rynkowa dzieła sztuki. W historii myśli ekonomicznej, podobnie jak w koncepcjach powstałych na gruncie nauk estetycznych, wyraźnie rysują się dwa kontrastujące stanowiska dotyczące źródeł pochodzenia wartości, a mianowicie obiektywne i subiektywne. W teorii estetyki przedstawiciele obiektywizmu aksjologicznego zakładają, że wartości są cechą przysługującą przedmiotom niezależnie od oceny wydanej przez odbiorcę, natomiast zgodnie z subiektywizmem aksjologicznym wartość jest nadawana przez podmiot poznający. Ekonomisci będący zwolennikami obiektywnego pojmowania wartości upatrują jej w kosztach poniesionych na wytworzenie danego dobra, a reprezentanci stanowiska subiektywnego utożsamiają wartość z korzyściami, które dane dobro przynosi konsumentowi.

Literatura

- Babiarz J., *Identyfikacja czynników kształtujących ceny aukcyjne dzieł sztuki*, opracowanie cząstkowe badań statutowych "Badania wielowymiarowe rynków branżowych", AE w Krakowie, Kraków 2000.
- Babiarz J., *Wpływ cech dzieł sztuki na poziom ich cen aukcyjnych [w:] Zależności przyczynowo-skutkowe w badaniach rynkowych i marketingowych*, pod red. S. Mynarskiego, V Warsztaty Metodologiczne, AE w Krakowie, Kraków 2002.
- Babiarz J., *Rola technik aukcyjnych w kształtowaniu cen licytowanych produktów*, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie, Kraków 2002, nr 605.
- Cejnowa A., Dziemidok B., Janiak M., *Problematyka wartościowania w amerykańskiej filozofii i estetyce XX wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1995.
- Golka M., *Rynek sztuki*, Agencja Badawczo-Promocyjna Artia, Poznań 1991.
- Gołaszewska M., *Estetyka w świecie*, t. 1, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1984.
- Gołaszewska M., *O naturze wartości estetycznych na tle sytuacji aksjologicznej*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1986.
- Ingarden R., *Przeżycie dzieła, wartość*, PWN, Warszawa 1966.
- Kotowa B., *Metodologiczny status wartościowań artystycznych i estetycznych w perspektywie antynaturalistycznej*, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 1989.
- Nieduszyński M., *Teorie wartości i ceny*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław-Warszawa-Kraków 1961.
- Ricardo D., *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania [w:] Wartość i cena. Wypisy z dzieł autorów polskich i obcych*, Wydawnictwo Kazimierza Rutkiego, Warszawa-Lódź 1949.
- Romanow Z., *Teorie wartości i ceny w rozwoju myśli ekonomicznej*, AE w Poznaniu, Poznań 1995.
- Ruskin J., *Ekonomia polityczna w sztuce. Wieczysta szczęśliwość [w:] Sztuka, społeczeństwo, wychowanie*, Ossolineum Wydawnictwo PAN, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1977.
- Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, PWN Biblioteka Socjologiczna, Warszawa 1971.
- Wartość i cena. Wypisy z dzieł autorów polskich i obcych*, Wydawnictwo Kazimierza Rutkiego, Warszawa-Lódź 1949.

The Value of Art in the Context of Aesthetic and Economic Theories

The issue of art valuation based on two studies, aesthetics and economics was discussed in this paper. A piece of Art from the aesthetic point of view is an object equipped with two values, artistic and aesthetic values. The first, being intricately embedded in the piece of art itself, is created by the artist while the second is the outcome of relations that come to play between the piece of art and the consumer while viewing it. From the perspectives of economic studies on the other hand the market value of art. is considered. In the history of economic thinking just as with concepts based on aesthetic studies, there clearly exists two contrasting views concerning the root of values i.e., subjective and objective views. Within aesthetic theories, representatives of axiological objectivism assume that objects are entitled to values irrespective of the opinion expressed by the consumer while according to axiological subjectivism the cognitive agent gives value. Economists who believe in the school of objectivism in the understanding of values see it as costs incurred while producing a good whereas representatives of the subjective point of view associate value with benefits that a good brings its consumers.

biblioteka
główna UEK