

УДК 745.52:908) (477) (091)

Цитування:

Бойко В. І., Максимов С. Й. Світовий артринок: реалії та тенденції. *Культура і сучасність* : альманах. 2023. № 1. С. 118–124.

Boiko V., Maksymov S. (2023). World Art Market: Realities and Trends. *Kultura i suchasnist: almanakh*, 1, 118–124 [in Ukrainian].

Бойко В'ячеслав Іванович,
кандидат філософських наук,
доцент і в.о. завідувача кафедри
мистецтвознавчої експертизи
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтва
<https://orcid.org/0000-0002-0842-7450>
vboiko@dakkim.edu.ua

Максимов Степан Йосипович,
кандидат фізико-математичних наук,
старший науковий співробітник,
доцент кафедри мистецтвознавчої експертизи
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтва
<https://orcid.org/0009-0009-9147-6664>
smaximov@dakkim.edu.ua

СВІТОВИЙ АРТРИНОК: РЕАЛІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Мета роботи – шляхом аналізу сучасних реалій та тенденцій на світовому артринку розкрити основні складові, які призвели до успіху продажів творів цифрового та класичного мистецтва; окреслити покупцям (колекціонерам), продавцям, інвесторам творів мистецтва загальну картину розвитку сучасного артринку. **Методологія дослідження** ґрунтується на застосуванні системного підходу в дослідженні артринку цифрових і класичних творів мистецтва на аналізі сукупних методів, зокрема: мистецтвознавчого, аналітичного, емпіричного, історичного, компаративного, синтезу та моделюванні. **Наукова новизна** полягає в застосуванні цифрових платформ при проведенні продажів на світових артринках, особливостей проведення віртуальних аукціонів з продажу за допомогою цифрових технологій, що зумовило зростання продажів цифрових і класичних творів мистецтва на артринку. **Висновки.** Поява цифрового артринку з продажу творів мистецтва в новому віртуальному середовищі призвело до збільшення в десятки разів кількості художників, твори яких були представлені на світовому артринку і які на сьогодні беруть активну участь в аукціонних торгах. Особливостями сьогодення є комерціалізація артринку та перехід від класичного мистецтва до сучасного мистецтва (Contemporary Art) як головного напрямку й лідера продажів. Вартість проданих творів сучасних художників сягає мільярди доларів і постійно зростає. Незважаючи на популярність цифрових платформ з можливістю попереднього перегляду творів мистецтва через віртуальні кімнати огляду (online viewing rooms, OVRs), багато покупців та продавців все одно прагнуть взяти участь у продажі безпосередньо та повертаються до звичних офлайн-заходів. Особливо це стосується найзаможніших приватних колекціонерів, які хочуть наочно побачити предмет, за який необхідно викласти значну суму коштів. Тенденції продажу на світових артринках свідчать про те, що твори цифрового мистецтва не в змозі замінити твори мистецтва на традиційних носіях.

Ключові слова: віртуальне середовище, інформаційні технології, NFT, блокчейн, цифрове мистецтво, цифровий артринок, криптовалюта, транзакції, цифрові платформи, сучасне мистецтво, тенденції, традиційні носії.

Boiko Viacheslav, PhD in Philosophy, Acting Head of the Department of Art History, Associate Professor, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts; **Maksymov Stepan**, PhD in Physics and Mathematics, Senior Scientist, Associate Professor, Department of Art History, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

World Art Market: Realities and Trends

The purpose of the article is to reveal the main components that led to the success of sales of digital and classical artworks through the analysis of current realities and trends in the global art market. To provide buyers (collectors), sellers, investors of artworks with a general picture of the development of the contemporary art market. **The research methodology** is based on the application of a systematic approach to the study of the art market of digital and classical artworks on the analysis of aggregate methods, in particular: art historical, analytical, empirical, historical, comparative,

synthesis, and modelling. **The scientific novelty** lies in the use of digital platforms in sales in the global art markets, the peculiarities of conducting virtual auctions for sales using digital technologies. This has led to an increase in sales of digital and classical works of art in the art market. The practical recommendations to all players (buyers (collectors), sellers, and investors of the contemporary art market of artworks are proposed. **Conclusions.** Consequently, the emergence of a digital art market for the sale of artworks in a new virtual environment has led to a tenfold increase in the number of artists whose works have been presented on the global art market and who are currently actively participating in auction sales. Today's peculiarities include the commercialisation of the art market and the transition from classical art to Contemporary Art as the main trend and sales leader. The value of works sold by contemporary artists reaches billions of dollars and is constantly growing. Despite the popularity of digital platforms with the ability to preview works of art through online viewing rooms (OVRs), many buyers and sellers still seek to participate in the sale directly and return to traditional offline events. This is especially true for the wealthiest private collectors who want to see an object for which they need to pay a significant amount of money. Sales trends in global art markets show that digital artworks cannot replace artworks on traditional media.

Key words: virtual environment, information technology, NFT, blockchain, digital art, digital art market, cryptocurrency, transactions, digital platforms, contemporary art, trends, traditional media.

Актуальність теми дослідження. Події останніх років, зокрема виникнення і поширення у світовому масштабі пандемії COVID-19, спричинили безпрецедентні глобальні міждержавні карантинні обмеження. Загроза поширення епідемії змінила світоглядну парадигму людства щодо безпекової стратегії, що своєю чергою спонукало й прискорило перехід до нових інформаційних технологій у міжнародних взаємовідносинах, виникнення нових платформ з реклами, розповсюдження і продажу творів мистецтва.

Відповідно, перехід на роботу у віртуальному середовищі спричинив появу великої кількості цифрових платформ, які дозволили заповнити прогалини у світовій торгівлі творами мистецтва, з'явилися, зокрема, інтернет-аукціони, інтернет-галереї, NFT, блокчейн, криптовалюти, соціальні мережі та ін. Бурхливий розвиток цифрових платформ призвів до появи нового виду мистецтва – віртуального, або цифрового, яке відкриває нові можливості в царині створення, поширення, презентації, продажу та захисту творів мистецтва як класичних, так і сучасних авторів [1].

Поява цифрового артринку з продажу творів мистецтва призвела до збільшення в десятки разів кількості художників, чії твори представлені на артринку та беруть активну участь на аукціонних торгах, але водночас збільшення кількості учасників торгів призвело до виникнення загроз і викликів, які пов'язані з використанням автентичних творів без дозволу авторів.

Упровадження цифрових технологій дозволило організовувати та проводити віртуальні аукціони і галереї, на яких митці в змозі виставляти власні творчі здобутки, зокрема картини, скульптури, саундтреки,

артоб'єкти та ін. Використання віртуальних аукціонів та галерей дозволяє розширити можливості артринку, зменшити витрати та збільшити надходження за рахунок зменшення собівартості цих заходів. Основними майданчиками для презентації, просування та продажу цифрового мистецтва є соціальні мережі та онлайн-платформи [1].

Особливостями сьогодення є комерціалізація артринку та перехід від класичного мистецтва до сучасного мистецтва (Contemporary Art) як головного напрямку й лідера продажів. Вартість проданих творів сучасних художників сягає мільярди доларів і постійно зростає. Такому успіху сприяє поява на ринку великої кількості заможних покупців, зокрема, одним із найбагатших колекціонерів сучасного мистецтва є китайський мільярдер Джек Ма, засновник Alibaba – одного із лідерів у сфері електронної комерції [8].

Аналіз досліджень і публікацій. При підготовці цього матеріалу було виявлено недостатню джерельну базу, тобто обмежену кількість спеціальних досліджень, які присвячені сучасному артринку, де цифрове мистецтво є домінуючим. У своїй праці ми переважно спиралися на статистичні показники з різних інтернет-ресурсів, а також на дослідження сучасних авторів, які внесли розуміння роботи сучасного артринку, просування, продажу й особливостей цифрового мистецтва, зокрема: С. Бреннан, С. Баллард, І. Гольмана [7], Х. Пол, І. Грав [4], Д. Макдональд-Корт [22], Л. Фореман-Вернет [17]. Вагомий внесок у вивчення проблем цифрового артринку зробили такі автори, як А. Калашнікова [8; 9], К. Гай [4], А. Мюллер, М. Лейслер, Е. Нойхольд, Г. Фостер, А. Сабініч, М. Валерштейн [23] та ін.

Мета роботи – шляхом аналізу сучасних реалій і тенденцій на світовому артринку

розкрити основні складові, які призвели до успіху продажів творів цифрового та класичного мистецтва; окреслити покупцям (колекціонерам), продавцям, інвесторам творів мистецтва загальну картину розвитку сучасного артринку.

Виклад основного матеріалу. Трансформаційні процеси на сучасному артринку значно відрізняються від того, якими вони були наприкінці ХХ століття. Поява цифрового артринку з продажу творів мистецтва зумовила збільшення в десятки разів кількості художників, які беруть участь в аукціонах, наприклад у 2012 році їх було близько 14500 осіб, а у 2022 році їх кількість збільшилася в десятки разів і сягнула 132000 осіб. Це ті художники, твори яких представлені на артринку і беруть активну участь на аукціонних торгах.

Впровадження цифрових технологій призвело до комерціалізації артринку, тобто утворився умовний вододіл між класичними та сучасними творами мистецтва (Contemporary Art), де лідируюче становище продажів склалося на користь творів сучасних авторів [12]. Так, порівняно з 2012 роком вартість проданих творів сучасних художників вперше перетнула позначку в 2 млрд дол. і відтоді зростає. Такому успіху значною мірою посприяла поява на ринку заможних китайських покупців (одним із найбагатших колекціонерів сучасного мистецтва є мільярдер Джек Ма, засновник Alibaba – великої компанії у сфері електронної комерції) [11].

У теперішніх умовах ціни на твори сучасних художників постійно зростають, вартість деяких з них сміливо конкурує з картинами старих майстрів чи імпресіоністів, зокрема якщо порівняти ціну на роботи Енді Ворхола чи Жана-Мішеля Баскії. Наприкінці ХХ ст. Баскія був єдиним художником, чий твори сягнули ціни понад 1 млн дол. Водночас на сьогодні роботи молодих митців легко перетинають позначку в декільки мільйонів, зокрема картини Метью Вонга, Ейвері Сінгер чи Крістіни Кворлз [12].

Аналізуючи продажі творів сучасного мистецтва, можемо дійти висновку, що ціни залишаються переважно стабільно високими, незважаючи на кризові явища сьогодення. Хоча, звісно, артринок також переживає спади, а потім швидко оживає і демонструє позитивну динаміку ціноутворення, встановлюючи нові

цінові рекорди.

Глобальна пандемія, яка розпочалася у березні 2020 р., спричинила один із найнесприятливіших для артринку період: спостерігалось 22-відсоткове падіння порівняно з показниками 2019 р. Проте вже у 2021 р., коли більшість країн світу поступово почала скасовувати суворі обмеження, продажі творів мистецтва стрімко зросли (на 31%). Значніший вплив на артринок, ніж пандемія, мала лише світова фінансова криза 2009 року [10].

Ситуація з глобальною пандемією змінила світоглядну парадигму людства щодо безпекової стратегії, але при цьому прискорила впровадження нових цифрових інформаційних технологій у міждержавних взаємовідносинах, що призвело до виникнення нових майданчиків з реклами, розповсюдження і продажу творів мистецтва.

Проведені дослідження The Global Art Market 2023 за сприяння відомого швейцарського артярмарку Art Basel та банку UBS свідчать про злети і падіння, які переживав артринок у часовому проміжку з 2012 до 2022 року відповідно до діаграми (рис. 1).

Відповідно до діаграми ми бачимо, що у 2021 році було максимальне зростання продажів +32% на світовому артринку в порівнянні з 2020 роком. Але у 2022 році спостерігається зростання продажів в порівнянні з 2021 роком, але воно не значне, і становить близько +3%. Поступове зростання продажів у 2022 році відбувалося за рахунок відміни «квідних» обмежень і поновленням офлайн-заходів (виставок, ярмарків, аукціонів).

Аналізуючи показники з діаграми «Обсяги продажів на світовому артринку за весь 10-річний період (2012–2022 рр.)», приходимо до висновку про необхідність переведення кількісних показників продажів згідно діаграми у грошовий еквівалент виміру з метою розуміння грошових надходжень від обсягів продажів. Сума угод на світовому артринку у 2022 році сягнула 67,8 млрд доларів США, у 2021 році вона становила 65,9 млрд доларів США, тобто кількість надходжень зросла на 3% порівняно з попереднім роком. При цьому кількість транзакцій (угод) зросла тільки на 1%, і становила 37,8 мільйонів угод в порівнянні з 2021 роком, де кількість угод становило 37,3 мільйони. Для більшої інформативності на графіку відобразили обсяг продажів (млрд дол. США) на світовому ринку за період 2012–2022 роки (рис. 2).

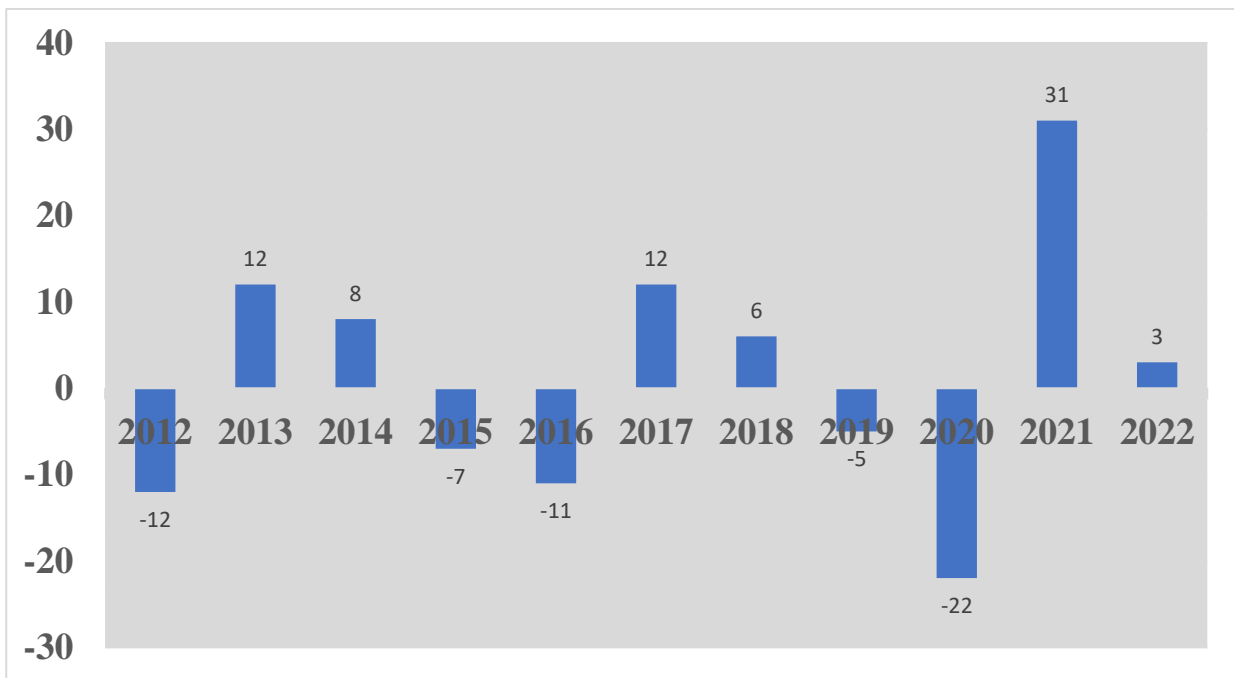


Рис. 1. Коливання обсягу продажів у процентних відсотках на світовому артринку в період 2012–2022 років

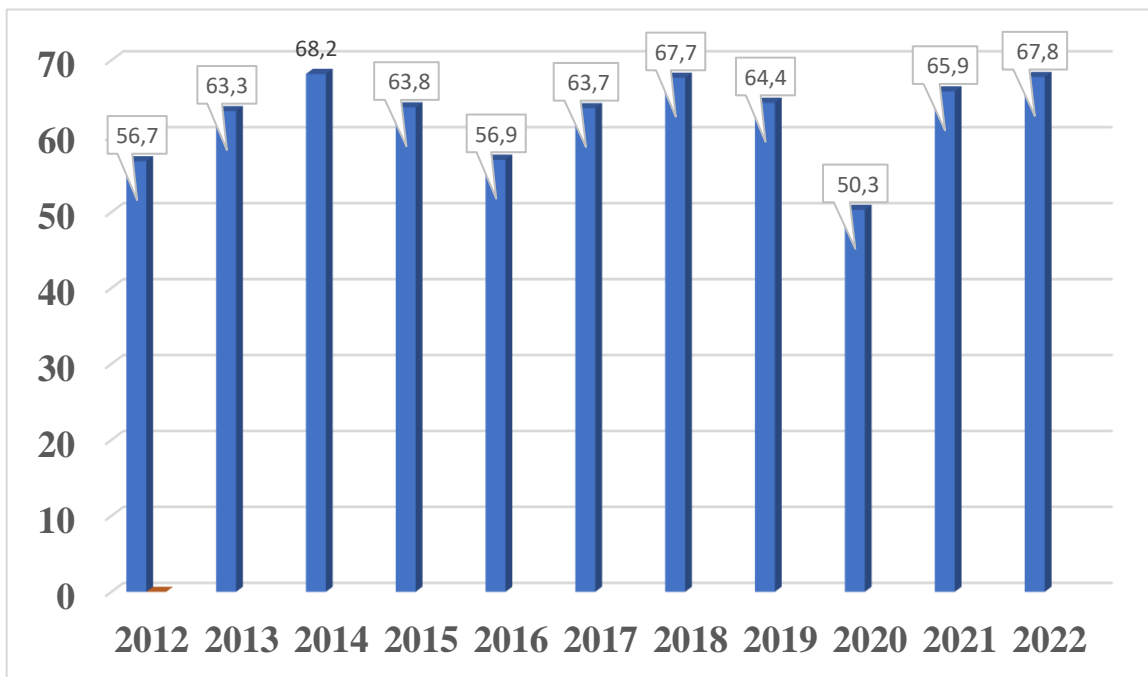


Рис. 2. Продаж творів мистецтва на світовому артринку, млрд доларів на рік

2022 рік демонстрував позитивну динаміку як у дилерському, так і аукціонному секторі. Проте реальність внесла свої корективи: війна в Україні, зростання показників інфляції в усьому світі, проблеми у ланцюгах постачання, загальна макроекономічна нестабільність таки далися взнаки і пригальмували артринку у другій половині року. Невелике зростання, продемонстроване у 2022 році, відбулося передусім завдяки продажам найдорожчих творів мистецтва, вартість яких стартує від 10 млн дол. Попит на топовий сегмент мистецтва зріс із боку найзаможніших

колекціонерів з когорти так званих high-net-worth (або HNW – люди з фінансовими активами від 1 млн дол.) та ultra-high-net-worth (UHNW, з активами від 30 млн дол., з особливою підкатегорією мільярдерів), чий статки протягом останніх років продовжували збільшуватися [12].

Кількість продажів і обсяги надходжень на світовому артринку безпосередньо залежать від фінансової спроможності потенційних покупців, які як правило проживають у більш розвинених країнах, з потужною економікою і фінансовими можливостями. Тому США і у

2022 році продовжили посідати перше місце, збільшивши свою частку на 2% до показника в 45% від загального світового обсягу продажів мистецтва. На другому місці, Великобританія із 18%. Китай посів третє місце, продемонструвавши скорочення на 3% до показника 17%. Політика суттєвих обмежень суспільного життя у зв'язку

з епідеміологічною ситуацією в Китаї вплинула на зниження активності покуштів, великі артярмарки скоротили свою тривалість, багато мистецьких заходів було скасовано. Четвертою стала Франція із 7% від світових продажів. На діаграмі (рис. 3) показана частка різних країн на глобальному артринку у 2022 р. (за вартістю продажів) [11].

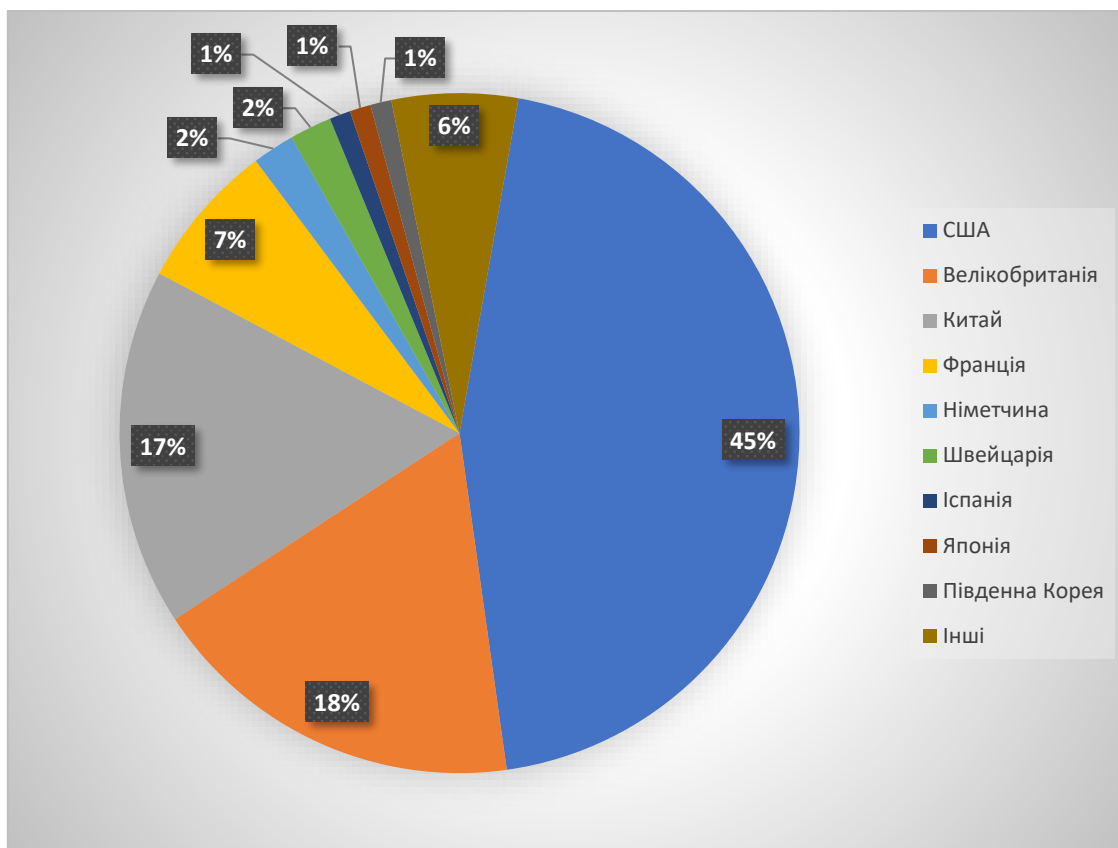


Рис. 3. Частка продажів на світовому артринку в різних країнах

Порівнюючи дані отримані з діаграми приходимо до висновку що найбільш активними країнами на мистецькі заходи у 2022 році були країни Європи – 53%, з них 12% припало на долю Великобританію і 10% на долю Францію. На США припало – 24%. На країни Азії припало 9% подій, 3% з яких мали місце в Китаї. Решта 14% виставок, ярмарків та аукціонів відбулися у країнах Африки, Близького Сходу, Південної Америки та Океанії (у двох останніх регіонах спостерігалось незначне зростання активності) [10].

Впровадження цифрових технологій дало змогу організувати та проводити віртуальні аукціони і галереї, на яких митці в змозі виставляти власні творчі здобутки, зокрема картини, скульптури, саунд-треки, артоб'єкти та ін. [1]. Використання віртуальних аукціонів та галарей вплинули та посилили роль цифрових каналів з продажу творів мистецтва: в останні роки більшість аукціонів та виставок

відбувалися в онлайн-форматі. Кількість транзакцій (угод) укладених онлайн, у 2020 році становила 12,4 млрд дол. США, у 2021 р. – 13,3 млрд дол. США, тобто, поступове збільшення грошових надходжень від продажу творів на світовому артринку. Проте, із закінченням пандемії поступово повертаємося до офлайн продажів, так у 2022 році популярність онлайн-платформ для перегляду і продажу творів мистецтва дещо зменшилася, їхня роль для учасників артринку наразі радше інформативно-допоміжна.

Незважаючи на те, що багато артдилерів пропонують попередній перегляд творів через віртуальні кімнати огляду (online viewing rooms, OVRs), багато покуштів та продавців все одно прагнуть взяти участь у продажі безпосередньо та повертаються до звичних офлайн-заходів. Особливо це стосується найзаможніших приватних колекціонерів, які хочуть наочно побачити предмет, за який необхідно викласти значну суму коштів.

Отож, у 2022 році сума, на яку були укладені угоди онлайн, становила 11 млрд дол. США, що на 17% менше від показників 2021 року [13].

Подібна ситуація склалася і з цифровим форматом продажів творів мистецтва на базі NFT (non-fungible token) платформи. Унікальність цієї технології блокчейну полягає в тому, що будь-який електронний файл (зображення, відео, музику) не можуть бути підробленим, оскільки запис про власника записаний у блокчейні. Такі унікальні токени дають можливість продавати твори образотворчого мистецтва у цифровому форматі. Найбільша кількість продажів пов'язаними із мистецтвом (art related NFT) через NFT платформу спостерігалася у 2020 році, і частка їхніх продажів становила 24% з-поміж усіх різновидів токенів. Вже у 2021 році інтерес до арт-NFT почав згасати і їхня частка серед усіх продажів NFT складала 14%, і це показник дійшов 8% у 2022 році.

Використання новітніх технологій на світовому артринку дає змогу в будь-який час і в будь-якому місці отримати необхідну інформацію стосовно творів мистецтва, що цікавлять, як покупцеві, так і продавцю (артдилеру). Проте твори цифрового мистецтва не в змозі замінити твори мистецтва на традиційних носіях, про що свідчить статистика продажів останніх років.

Наукова новизна полягає у застосування цифрових платформ при проведенні продажів на світових артринках, особливостей проведення віртуальних аукціонів з продажу за допомогою цифрових технологій. Що зумовило зростання продажів цифрових і класичних творів мистецтва на артринку.

Висновки. Отже, поява цифрового артринку з продажу творів мистецтва у новому віртуальному середовищі призвело до збільшення в десятки разів кількості художників, твори яких були представлені на світовому артринку, і які на сьогодні беруть активну участь в аукціонних торгах. Особливостями сьогодення є комерціалізація артринку та перехід від класичного мистецтва до сучасного мистецтва (Contemporary Art), як головного напрямку і лідера продажів. Вартість проданих творів сучасних художників сягає мільярди доларів і постійно зростає. Незважаючи на популярність цифрових платформ з можливістю попереднього перегляду творів мистецтва через віртуальні кімнати огляду (online viewing rooms, OVRs), багато покупців та продавців все одно прагнуть взяти участь у продажі безпосередньо та повертаються до звичних офлайн-заходів. Особливо це стосується найзаможніших приватних колекціонерів, які хочуть наочно побачити предмет, за який необхідно викласти значну суму коштів.

Тенденції продажу на світових артринках

свідчать про те, що твори цифрового мистецтва не в змозі замінити твори мистецтва на традиційних носіях.

Література

1. Бойко В. І., Максимов С. Й. NFT як провідний інструмент мистецтва у репрезентації візуального середовища. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. №1. С. 152–156.
2. Бойко Н. В. Цифрова культура, інформаційна культура – тотожність та відмінність понять у новому соціокультурному просторі. *У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур* : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 2–3 лютого 2023 р.). Київ : НАКККІМ, 2023. С. 99–101.
3. Вовкун В. В. Феномен авангарду: досвід термінологічного відпрацювання. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. Київ: Міленіум. 2009. № 1. С. 49–52.
4. Грав І. Висока ціна: мистецтво між ринком і культурою знаменитості. Висока ціна: мистецтво між ринком і культурою знаменитості. Київ, 2016. С. 288.
5. Гай К. Артринки України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: джерела дослідження. *Народознавчі зошити*. 2012. № 6 (108). С. 1195–1200.
6. Глосарій з гібридних загроз / упоряд. С. В. Гришко та ін. ; за заг. ред. С. В. Гришко. 2021. 113 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/handle/document/16258> (дата звернення: 11.04.2023).
7. Гольман Й. А. Критерії вибору сучасного художника для активного і пасивного інвестування на арт-ринку. *Знання. Розуміння. Вміння*. 2014. №4. С. 137–147.
8. Калашнікова А. О. Життєвий цикл твору мистецтва на ринку. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія та політичні науки*. Т. 18. Вип. 2 (18). Ч. 2. Одеса : Астропринт, 2013. С. 208–210.
9. Калашнікова А. О. Приватна художня галерея: мистецтво на продаж. *Методологія, теорія та практика аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. Вип. 19. С. 396–402.
10. Кращі NFT платформи і маркетплейси для придбання, продажу, створення NFT. *Profinvestment.com*. 2022. URL: <https://profinvestment.com/nft-platforms-marketplaces/> (дата звернення: 11.04.2023).
11. Art Basel-art platform. (2022). URL: www.artbasel.com (дата звернення: 30.03.2023).
12. Art Price – art auction resource (2023). URL: www.artprice.com (дата звернення: 11.04.2023).
13. BAYC gallery. URL: <https://boredapeyachtclub.com/#/gallery> (дата звернення: 18.04.2023).
14. Bayer, T. M., Page, J. R. The Development of the Art Market in England: Money as Muse, London: Pickering & Chatto, 2011. P. 1730–1900.
15. Bottero W., Crossley N. Worlds, fields and networks: Becker, Bourdieu and the structures of social relations. *Cultural Sociology*. 2011. Vol. 5 (1). P. 99–119.
16. DiMaggio P., Mukhtar T. Arts participation as cultural capital in the United States, 1982–2002. *Poetics*. 2004. № 32. P. 169–194.
17. Foreman-Wernet L., Dervin B. Cultural

Experience in Context: Sense-Making the Arts. *Journal of Arts Management, Law & Society*. 2011. Vol. 41. Iss. 1. P. 1–37.

18. Hallgarten J. Speaking doubt to power: Art as evidence for public policymaking / Joe Hallgarten. *Public Policy Research*. Dec2011-Feb2012. Vol. 18. Iss. 4. P. 235–242.

19. Clowney D. Historical Origins. *Journal of Aesthetics & Art Criticism*. 2011. Vol. 69. Iss. 3. P. 309–320.

20. Cray D., Inglis L. Strategic Decision Making in Arts Organizations. *Journal of Arts Management, Law & Society*. 2011. Vol. 41. Iss. 2. P. 84–102.

21. Le Journal de Artmarket Guru. 2018. Growth of the Online Art Market. URL: <https://www.artmarket.guru/le-journal/market/online-art-market/> (дата звернення: 11.04.2023).

22. MacDonald-Korth, Duncan, ed. *Art Market 2.0: Blockchain and Financialisation in Visual Arts*. London: The Alan Turing Institute, 2018. URL: <https://www.oii.ox.ac.uk/publications/blockchain-arts.pdf> (дата звернення: 11.04.2023).

23. Wallerstein M. Everything You Need to Know About NFTs. (2022). URL: <https://coinspaidmedia.com/academy/what-does-nft-meaning/> (дата звернення: 11.04.2023).

References

1. Boiko, V., Maksymov, S. (2023). NFT as Leading Tool of Art in Representation of Visual Environment. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 152–156 [in Ukrainian].

2. Boiko, N. V. (2023). Digital culture, information culture - identity and difference of concepts in the new socio-cultural space. In search of new meanings of the multicultural world. Post-war dialogue of cultures. Proceedings of the International scientific and practical conference (Kyiv, February 2–3, 2023). Kyiv, 99–101 [in Ukrainian].

3. Vovkun, V. V. (2009). Phenomenon of the Avant-garde: Experience of Terminological Development. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 49–52 [in Ukrainian].

4. Grav, I. (2016). High Price: Art between the Market and the Culture of Celebrity. High price: art between the market and the culture of celebrity. Kyiv [in Ukrainian].

5. Gay, K. (2012). Art market of Ukraine in the late XX – early XXI century: sources of research. *Ethnographic notebooks*, 6 (108), 1195–1200 [in Ukrainian].

6. Hryshko, S. V. (eds.) (2021). Hybrid Threats Glossary. Retrieved from: <https://openarchive.nure.ua/handle/document/16258> [in Ukrainian]

7. Golman, Y. A. (2014). Criteria for Choosing a Contemporary Artist for Active and Passive Investment in the Art Market. *Knowledge. Understanding. Skills*, 4, 137–147 [in Ukrainian].

8. Kalashnikova, A. O. (2013). Life cycle of a work of art on the market. *Bulletin of Odesa National University. Sociology and Political Sciences*, 18, 2 (18), 2, 208–210 [in Ukrainian].

9. Kalashnikova, A. O. (2013). Private Art Gallery: Art for Sale. Methodology, Theory and Practice of Analysis of Modern Society: a collection of scientific papers, 19, 396–402 [in Ukrainian].

10. The best NFT platforms and marketplaces for buying, selling, creating cryptocurrencies DEFI. (2022). *Profinvestment.com*, 37, 162. Retrieved from: <https://profinvestment.com/nft-platforms-marketplaces/> [in Ukrainian].

11. Art Basel-art platform. (2022). Retrieved from: www.artbasel.com [in English].

12. Art Price – art auction resource (2023). Retrieved from: www.artprice.com [in English].

13. BAYC gallery. (2023). Retrieved from: <https://boredapeyachtclub.com/#/gallery> [in English].

14. Bayer, T. M., Page, J. R. (2011). *The Development of the Art Market in England: Money as Muse*. London: Pickering & Chatto [in English].

15. Bottero, W., Crossley, N. (2011). Worlds, fields and networks: Becker, Bourdieu and the structures of social relations. *Cultural Sociology*, 5 (1), 99–119 [in English].

16. DiMaggio, P., Mukhtar, T. (2004). Arts participation as cultural capital in the United States, 1982–2002. *Poetics*, 32, 169–194 [in English].

17. Foreman-Wernet, L., Dervin, B. (2011). Cultural Experience in Context: Sense-Making the Arts. *Journal of Arts Management, Law & Society*, 41, 1, 1–37 [in English].

18. Hallgarten, J. (2012). Speaking doubt to power: Art as evidence for public policymaking. *Public Policy Research*, 18, 4, 235–242 [in English].

19. Clowney, D. (2011). Historical Origins. *Journal of Aesthetics & Art Criticism*, 69, 3, 309–320 [in English].

20. Cray, D., Inglis, L. (2011). Strategic Decision Making in Arts Organizations. *Journal of Arts Management, Law & Society*, 41, 2, 84–102 [in English].

21. Le Journal de Artmarket Guru. (2018). Growth of the Online Art Market. Retrieved from: <https://www.artmarket.guru/le-journal/market/online-art-market/> [in English].

22. MacDonald-Korth, Duncan (eds.) (2018). *Art Market 2.0: Blockchain and Financialisation in Visual Arts*. London: The Alan Turing Institute. Retrieved from: <https://www.oii.ox.ac.uk/publications/blockchain-arts.pdf> [in English].

23. Wallerstein, M. (2022). Everything You Need to Know About NFTs. Retrieved from: <https://coinspaidmedia.com/academy/what-does-nft-meaning/> [in English].

*Стаття надійшла до редакції 14.04.2023
Отримано після доопрацювання 17.05.2023
Прийнято до друку 25.05.2023*