

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ, ПОДХОДЫ, РЕШЕНИЯ

УДК 304.2

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО РЫНКА НА РАЗВИТИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ЧАСТНОГО КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ

А.Г. Ключанова
Санкт-Петербургский
государственный институт культуры
klyukanova.l.@yandex.ru

В статье обосновываются механизмы взаимосвязи и взаимозависимости существования институтов частного коллекционирования и художественного рынка. Анализируются особенности взаимодействия и взаимного соответствия пространств художественного рынка и частного коллекционирования. При этом частное коллекционирование может выступать и в качестве формы потребления культурных артефактов (материальной и символической), обращающихся в рамках художественного рынка, и в качестве способа их аккумуляции, сохранения, систематизации, популяризации и коммуникации. Рассматриваются понятие и принципы существования современного художественного рынка. Раскрывается многоаспектность его сущности как экономического и социокультурного явления, «рынка символических ценностей» – особого механизма, посредством которого искусство доходит до потребителя, а также как регулятора распределения культурных артефактов в обществе. Анализируются понятие и существенные признаки частного коллекционирования как социокультурного явления. Выявляются принципы функционирования частной коллекции. Подчеркивается системность взаимодействия современных частных коллекций и художественного рынка в пространстве художественной культуры, в рамках единой системы ее ценностей. При этом и современный отечественный художественный рынок, и частная коллекционерская деятельность вовлечены в стратегию сохранения культурного наследия и культурных ценностей, ориентированную на глобальный социокультурный результат внедрения их в современное жизненное пространство социума. Обосновывается, что институт частного коллекционирования является одним из значимых факторов развития современного художественного рынка в контекстах потребления, сохранения, оборота, систематизации и интерпретации культурных артефактов, особенно произведений искусства.

Ключевые слова: художественный рынок; частное коллекционирование; ценности культуры; культурная коммуникация.

DOI: 10.17212/2075-0862-2016-1.2-86-95

Корреляция пространств современных отечественных частных коллекций и художественного рынка чрезвычайно сложна и насыщена – здесь задействованы как экономические, так и социокультурные механизмы. Такое их сосуществование непо-

средственно взаимообусловлено: художественный рынок обеспечивает частную коллекцию насыщающими ее культурными артефактами (а также и сопутствующими услугами), а она, в свою очередь, аккумулирует их в себе, при этом осуществляется накопление и сохранение культурных норм и традиций, а также трансляция ценностей культуры в социум.

Культурный статус современного частного коллекционирования как социокультурного явления (при том что, согласно Ж. Бодрийяру, сам термин «статус» выражает скорее социальную сущность явления [2, с. 60]) все еще нуждается в своем уточнении. На наш взгляд, наиболее комплексно частное коллекционирование можно определить как целенаправленное собирательство, предполагающее, кроме владения и эстетического любования, изучение и систематизацию объектов, связанных «общностью одного или нескольких признаков и представляющих научный, познавательный или художественный интерес как единое целое» [16, с. 9] и объединенных, кроме всего, уникальным подходом коллекционера.

Рассматриваемая с институциональных позиций частная коллекция должна функционировать [5, с. 68–69; 16, с. 7]. Основными формами такого функционирования являются: выявление, отбор, сбор, накопление, хранение и сохранение, систематизация, изучение (и даже в ряде случаев атрибуция и провенанс), иногда экспонирование (или публикация) артефактов (в первую очередь – оригинальных), популяризация, интерпретация и коммуникация коллекционных объектов. Цели при этом преследуются самые различные: накопление культурных артефактов, удовлетворение эстетических и гедонистических запросов,

продажа или обмен, но также и популяризация культурных норм, образцов и идеалов.

Обеспечение таких аспектов функционирования частной коллекции как сбор, накопление и систематизация культурных артефактов, ценообразование на них, упорядочивание их товарооборота, формирование спроса и предложения, оказание разнообразных вспомогательных услуг и т. п. выполняет художественный рынок. И это очень важная его функция, поскольку частные коллекции в настоящее время стали важными институциями культурной жизни, элементами культурного диалога, системы целевого социокультурного партнерства.

Итак, частное коллекционирование культурных артефактов прежде всего является социокультурным институтом [12, с. 97–99], выполняющим эстетическую, просветительскую, коммуникативную и (в широком понимании) социальную функции в качестве особой формы культурно ориентированной человеческой деятельности в обществе и выступающим как фактор, персонализирующий исторически значимые вехи и отражающий дух эпохи, в которую составляется частная коллекция. Кроме того, частное коллекционирование можно рассмотреть и в качестве экономического явления: капиталоемкого и некапиталоемкого, инвестиционного и неинвестиционного, общепризнанного, узкогруппового и единичного и проч. [19, с. 45–51]. Для нашего исследования особенно важно подчеркнуть то, что частное коллекционирование представляет собой не только социальное, экономическое, но и особое культурное явление [21, с. 6–7] и более того – является «продуктом культуры» [21, с. 7–8].

Художественный рынок, в свою очередь, также можно рассмотреть в различ-

ных аспектах: в качестве компонента экономической системы общества [6, с. 15], системы социальных институтов [11, с. 13–24], «рынка символических ценностей» [3, с. 49–62], механизма, посредством которого искусство доходит до потребителя [1, с. 8–10, 162–170], механизма продвижения, популяризации и коммуникации культурных артефактов и т. п.

Современный художественный рынок занимает заметное место в становлении и функционировании институциональной части художественной культуры (системы производства и потребления художественных ценностей), объективируя в себе институциональное взаимодействие между субъектами, производящими, потребляющими, систематизирующими, хранящими, распространяющими и продвигающими культурные артефакты (в том числе художественные ценности), а также культурные блага, продукты и услуги.

Художественный рынок и частное коллекционирование представляют собой институты, объединяемые художественной культурой общества. У них есть некоторые общие цели, в процессе достижения которых они согласованно взаимодействуют, хотя программы их развития и различны. Пространства частной коллекционерской деятельности и художественного рынка объединены вокруг определенной системы ценностей, объективированных в художественной культуре, являющейся для них внешней средой, в которой они развиваются, впитывая ее систему ценностей. Взаимодействуя, институты художественного рынка и частного коллекционирования и сами влияют на художественную культуру, способствуют ее полноценному функционированию. Две эти взаимодействующие сферы образуют особую систему, в кото-

рой происходит их непрерывное развитие и взаимное изменение, выступающее как один из способов развития художественной культуры. Таким образом, их взаимодействие есть интегрирующий фактор, посредством которого происходит объединение пространств художественного рынка и частного коллекционирования в определенный тип системности, материальное и аксиологическое единство. И этот принцип находит свое отражение в нормативном закреплении, образцах и нормах поведения, культурных традициях, реализующихся в социальных ролях взаимодействующих участников.

Исходя из диалектико-материалистического понимания термина «взаимодействие» как универсальной формы развития, включающей процессы взаимного воздействия, взаимную обусловленность, взаимопереход, структурную организацию, порождение одним элементом другого, такое взаимодействие пространств художественного рынка и частного коллекционирования можно рассматривать как обмен артефактами, действиями и информацией, как способ осуществления социокультурных связей, как процесс воздействия сфер друг на друга, как формы отношений между людьми и социальными группами, действующие в рамках единой системы ценностей.

Ведущей стороной такого взаимодействия, при том что каждая из взаимодействующих сторон выступает в качестве причины другой и, как следствие, ее обратного (иногда даже одновременного) влияния, в современных условиях является открытый художественный рынок, оказывающий как непосредственное, так и опосредованное воздействие на довольно замкнутую среду частного коллекционирования. При этом, разумеется, взаимопонимание и

взаимная согласованность в продвижении этих институтов являются совершенно необходимыми условиями.

Для наиболее грамотной объективации проблематики взаимодействия частных коллекций и современного художественного рынка необходимо учитывать еще и то, что объекты товарных и символических отношений в данном случае совершенно особые – это культурные артефакты, наделенные в ряде случаев высокой художественной, эстетической, исторической и духовной ценностями. Отметим, что культурный артефакт представляет собой искусственно созданный объект материального и нематериального мира, имеющий символическое и значимое содержание [14]. Это может быть «любой объект, в котором воплощены ценности культуры, ценностные смыслы» [13, с. 506], они одухотворены и социализированы. Культурный артефакт с юридической и экономической точек зрения представляет собой особый вид товарной продукции, в связи с чем вопросы о его коммерческой стоимости и механизмах ценообразования, об оформлении сделок, о свободе и ограничении торговли и проч. довольно сложны и могут быть решены только при грамотно и профессионально выстроенном взаимодействии участников художественного рынка.

Современный отечественный художественный рынок выполняет разные специфические функции. Среди них следует особо выделить такую, как формирование в социуме представлений о том, какие культурные артефакты можно считать ценными и по каким критериям их оценивать, так как именно она во многом предопределяет интерес частной коллекционерской деятельности. В силу активизации интереса к составлению частных коллекций особо актуа-

лизировалась проблематика материальной оценки культурных артефактов как объектов художественного производства и потребления, и именно художественный рынок выполняет задачу унификации взглядов на художественную ценность конкретных произведений. При этом можно заметить некоторое несоответствие между требованиями современных социально-экономических практик и необходимостью сохранения культурного пространства, между стоимостной шкалой рынка и ценностями культуры.

Стихийность рыночных отношений в эпоху потребления, сориентированного на моду (важный сегмент консьюмеристских воззрений) приводит к тому, что именно цена определяет для массового сознания потребителей художественного творчества эстетическую и художественную значимость произведения. Таким образом, художественный рынок как важный сегмент художественной культуры, с одной стороны, сам подвергается изменчивости общественных интересов и взглядов, но с другой – вырабатывает механизм ответного влияния на общественное сознание, до определенной степени преобразуя общественные вкусы и отношение к эстетическим ценностям или, по крайней мере, устанавливая на них определенную моду и предпочтения. Художественный рынок не определяет истинную, бесспорную меру художественной ценности артефакта. Он вырабатывает меру стоимости, опираясь на критерии полезности, уникальности, художественности, аттрактивности, специфического имиджевого образа артефакта, инвестиционной привлекательности, ликвидности и проч., реагируя на историческую и социокультурную изменчивость понятия художественной ценности. Учитываются также атрибуция и

провенанс, декоративная, культурная, эстетическая ценность и сохранность артефакта. Художественный рынок не только вырабатывает регулятивные механизмы поступления, отбора исторических артефактов, но и способствует канонизации новых ценностей.

Необходимо выделить и такой аспект взаимодействия, при котором художественный рынок представляет собой сферу «обращения символических ценностей и символического капитала» [18, с. 111–115], тогда как частное коллекция осуществляет их накопление. Культурный артефакт как произведение искусства не может быть рассмотрен исключительно в качестве продукции, он всегда преисполнен для потребителя насыщающими его эстетическими, духовными и иными ценностными значениями. Поэтому при том, что художественный рынок неизбежно абсолютизирует уникальность произведений, имен и стилей, он не может быть рассмотрен только с экономических позиций как система товарного обращения культурных артефактов (произведений искусства), но объединяет в себе материальную (прагматическую) и аксиологическую (духовно-ценностную) стороны художественной жизни. Товаром в данном случае является сам культурный артефакт, его «мифология», эстетическая и научно-атрибутивная информация, провенанс и художественный сервис [4, с. 200]. Поэтому в силу своего уникального происхождения и особого ценностного содержания культурный артефакт предполагает обязательное наличие специфических значений (эстетических, культурно-исторических и др.), указывающих на возможность бескорыстного (несобственнического) восприятия. Формами реализации такой возможности «символического присвоения»,

несводимого к фактическому обладанию объектом, является посещение и осмотр экспозиций коллекций, выставок, галерей, а для частного коллекционера – удовольствие от обладания и верификация своей коллекции.

Современный художественный рынок удовлетворяет самые разные культурные, художественные и эстетические запросы коллекционеров – от высочайших до утилитарных (учитывая, кроме всего, особенности стратификации современной культуры в рамках постмодернистской парадигмы на элитарную и массовую), и включает в себя все разнообразие выставаемых на продажу и обмен артефактов: от антиквариата до различных форм и видов современного художественного творчества, от произведений искусства до сувенирной индустрии. По этой причине сложились два основных подхода к объему содержания понятия «художественный рынок»: широкое, где оно определяет товарооборот любых культурно значимых артефактов, и узкое, когда данное понятие в большинстве случаев относят только к товарообороту произведений искусства [17, с. 7–8]. Кроме того, художественный рынок может подразделяться еще на первичный и вторичный, официальный и неофициальный, внутренний и международный [20, с. 25–51], все эти нюансы чрезвычайно значимы для частной коллекционерской деятельности.

В настоящее время в институциональную структуру художественного рынка входят разнообразные взаимообусловленные элементы: аукционные дома; художественные и антикварные галереи и салоны; специализированные магазины; страховые компании; интернет-порталы; арт-банкинг; коммерческие посредники; специалисты: эксперты, оценщики, реставраторы; анти-

квары (и их сообщества); частные коллекционеры и т. п., функционирование которых практически значимо для частной коллекционерской деятельности.

Если рассматривать сферы современного художественного рынка и частного коллекционирования в качестве системы социальных институтов [10, 9], встроенных в конкретные типы культурно-исторического времени, то можно отметить, что они подвержены различным культурным, экономическим, политическим, ситуационным, глобализационным, информационным, даже инновационным влияниям и имеют специфические закономерности возникновения, становления, функционирования и преобразования.

В настоящее время отечественный художественный рынок переживает эпоху восстановления, причем весьма специфичного, так как прежние традиции социокультурного взаимодействия участников рынка практически утрачены, новые же формируются, ориентируясь не столько на собственные традиции, сколько на западноевропейские и общемировые современные образчики [8, с. 22–27] (хотя, разумеется, в опосредованной форме и сквозь исторические преломления собственные исторические традиции ощущаются и в таковых), находясь на совершенно уникальном этапе развития, который характеризуется активным формированием новой структуры товарного обращения культурных артефактов и особенно – произведений искусства, заметным участником которого являются частные коллекционеры. При этом частное коллекционирование переживает свой новый этап развития, при котором появляются новые объекты коллекционирования, принципы экспонирования артефактов, способы организации

пространства коллекции, новые виды мотивации и проч.

При этом и современный отечественный художественный рынок, и коллекционерская деятельность вовлечены в стратегию сохранения культурного наследия и культурных ценностей, ориентированную на глобальный социокультурный результат внедрения их в современное жизненное пространство социума, что позволяет оптимально решать проблемы развития социокультурной, коммуникативной, образовательной, духовной сфер в современных глобальных интеграционных условиях, обеспечивать целостность социокультурного пространства, повышать комплексную эффективность культурной деятельности [15, с. 7–8]. Очень важно отметить подверженность и современного художественного рынка, и частной коллекционерской деятельности влиянию социокультурных информационных коммуникаций [7, с. 18–44] и, как следствие, вхождение его в культурное пространство активно формирующегося глобального информационного общества.

С помощью художественного рынка культурные артефакты и, что особенно значимо, искусство становятся доступными социуму (такой его части, как частные коллекционеры) не только как эстетический объект, но и в качестве объекта имущественных прав и частнособственнических отношений, что предполагает оформление юридического статуса такого объекта и механизмов его оборота. В настоящее время в Российской Федерации разработан соответствующий правовой механизм, регулирующий деятельность художественного рынка и частную коллекционерскую деятельность, решающий вопросы, связанные с реализацией права собственности на

культурные артефакты и правила их оборота, что и обуславливает развитие частной коллекционерской деятельности. Кроме того, необходимо отметить существование институциональных границ современного художественного рынка, и в первую очередь законодательные ограничения и даже запреты на оборот некоторых произведений искусства, что несомненно сокращает объем потенциально интересных для коллекционирования объектов.

Для осуществления коллекционерской деятельности совершенно необходим развитой, четко структурированный, эффективно действующий художественный рынок. Создание культурных артефактов, их последующие оборот, различные формы присвоения, систематизация, интерпретация, экспозиция и коммуникация, осуществляемые в рамках частного коллекционирования, могут осуществляться только в условиях функционирующего художественного рынка, активизирующего взаимодействие различных субъектов.

Таким образом, можно усмотреть не только взаимодействие, но и взаимовлияние и даже взаимное соответствие пространств художественного рынка и частного коллекционирования, которые нуждаются друг в друге для наиболее эффективного существования и решения не только собственных задач, но и объективации себя в художественной культуре. Взаимодействие частного коллекционирования и художественного рынка включает в себя их организационную связь, обслуживание, зависимость, преобразование, но также и ограничение, противостояние, поглощение. Можно выделить различные виды взаимодействия, основанные как на взаимной согласованности, так и на некоторых разногласиях, связанных, например,

с ограничением оборота артефактов и механизмами ценообразования. Взаимодействие, кооперация, конкуренция частного коллекционирования и художественного рынка составляют, кроме того, и особую коммуникативную систему – они вступают в диалог, обмениваются информацией, смыслами и знаками, осуществляют сложные виды реагирования в общей системе ценностей современной художественной культуры.

Литература

1. *Бадинова Т.В.* Этапы становления художественного рынка в культуре России: дис. ... канд. культурол. наук: 24.00.01. – СПб., 2004. – 191 с.
2. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция: Республика, 2006. – 269 с.
3. *Бурдые П.* Рынок символической продукции // Вопросы социологии. – 1993. – № 1/2. – С. 49–62.
4. *Грачев В.П.* Коммуникативное пространство современного арт-рынка // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 56. – С. 198–203.
5. *Грицкевич В.П.* История музейного дела до конца XVIII века. В 2 ч. Ч. 1. – СПб.: СПбГУ-КИ, 2001. – 164 с.
6. *Гройс Б.* Апология рынка // Декоративное искусство СССР. – 1991. – № 2. – С. 15–19.
7. *Долганова Е.А.* Культурологический анализ форм продвижения художника на арт-рынок: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. – М., 2011. – 199 с.
8. *Игнатьева О.В.* Частное коллекционирование в процессе европеизации России в XVIII – начале XX века // Вестник Пермского университета. История. – 2014. – Вып. 2 (25). – С. 22–27.
9. *Каган М.С.* Музей в системе культуры // Вопросы искусствознания. – 1994. – № 4. – С. 445–466.
10. *Каган М.С.* Философская теория ценности. – СПб.: СПбГУ: Петрополис, 1997. – 205 с.

11. Карпов А.В. Понятие «художественный рынок» в социально-гуманитарных науках // Художественный рынок как объект гуманитарного знания: материалы ежегодной межвузовской научно-практической конференции, 21–23 января 2004 г. – СПб.: СПбГУП, 2004. – С. 13–24.
12. Катагощина М.В. Социально-культурный феномен частного коллекционирования в истории России XVIII – начала XX веков (к постановке проблемы) // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2014. – Т. 6, № 6/2. – С. 97–99.
13. Культурология: учебник для вузов / под ред. С.Н. Иконниковой, В.П. Большакова. – М.: Проспект, 2010. – 528 с.
14. Латина Т.С. Культурный артефакт [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. – 2010. – Вып. 3 (18). – URL: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/585-cultural-artifact.html> (дата обращения: 27.01.2016).
15. Окольникова С.А. Интеграция культурного наследия в современный социокультурный контекст: региональная модель: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. – М., 2011. – 183 с.
16. Саверкина П.В. История частного коллекционирования в России: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2006. – 208 с.
17. Северюхин Д.Я. История развития петербургского художественного рынка XVIII – первых двух десятилетий XX вв.: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.09. – СПб., 2005. – 202 с.
18. Суворов Н.Н. Галерейное дело: искусство в пространстве галереи. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. – 200 с.
19. Сухарев А.Н. Коллекционирование как экономическое явление // Финансы и кредит. – 2014. – № 29 (605). – С. 45–51.
20. Хангельдиева И.Г. Культура и предпринимательство в современной России // Прикладная культурология: сборник научных статей. – М., 2010. – С. 25–51.
21. Шлаева П.В. Частное коллекционирование предметов русской старины как фактор сохранения культурного наследия: конец XIX – начало XX вв.: дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02. – М., 2000. – 219 с.

INFLUENCE OF THE MODERN ART MARKET ON THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC PRIVATE COLLECTING

L.G. Klyukanova

St-Petersburg State Institute of Culture

klyukanova.l.@yandex.ru

The article substantiates the mechanisms of the relationship and interdependence of the institutes of private collecting and art market. The author analyses the peculiarities of mutual congruence and interaction of the art market and private collecting areas. Private collecting can also act as a form of consumption of cultural artifacts (material and symbolic), circulating within the art market as well as the method of their accumulation, saving, managing, promoting and communication. The author investigates the concept and principles of the existence of the modern art market and reveals multiple aspects of its essence as an economic and socio-cultural phenomenon, «the market of symbolic values», specific mechanism, through which the art reaches the consumer, and also controls the distribution of cultural artifacts in a society. The author analyzes the notion and essential features of private collecting as the social and cultural phenomenon and identifies the principles of private collection functioning. The system of interaction of the modern art market and the private collecting in the field of the art culture is highlighted in the article, within the framework of its values. At the same time both – the modern domestic art

market and private collecting are involved in the strategy of the preservation of cultural heritage and cultural values, aimed at the global socio-cultural result of their introduction into the living space of modern society. The author argues that the institution of private collecting is one of the most significant factors in the development of the modern art market in the contexts of consumption, conservation, trade, systematization and interpretation of cultural artifacts, especially objects of art.

Keywords: art market, private collecting, values of culture, cultural communication.

DOI: 10.17212/2075-0862-2016-1.2-86-95

References

1. Badinova T.V. *Etapy stanovleniya khudozhestvennogo rynka v kul'ture Rossii*. Diss. kand. kul'turologii [Stages of development of the art market in the culture of Russia. PhD culturology diss.]. St. Petersburg, 2004. 191p.
2. Baudrillard J. *La société de consommation: ses mythes, ses structures*. Paris, 1970. (In English: The consumer society: myths & structures) (Russ. ed.: Bodriyar Zh. *Obshchestvo potrebleniya: ego mify i struktury*. Translated from French. Moscow, Kul'turnaya revolyutsiya Publ., Respublika Publ., 2006. 269 p.).
3. Bourdieu P. Rynok simvolicheskoi produktsii [Market of symbolic production]. *Voprosy sotsiologii – Questions of Sociology*, 1993, no. 1/2, pp. 49–62.
4. Grachev V.I. Kommunikativnoe prostranstvo sovremennogo art-rinka [Communicative space of the contemporary art market]. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena – Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 2008, no. 56, pp. 198–203.
5. Gritskovich V.P. *Istoriya muzeinogo dela do kontsa XVIII veka*. V 2 ch. Ch. 1 [The history of museum management before the end of the XVIII century. In 2 pt. Pt. 1]. St. Petersburg, SPb-GUKI Publ., 2001. 164 p.
6. Grois B. Apologiya rynka [The apology of market]. *Dekorativnoe iskusstvo SSSR – Decorative Arts of the USSR*, 1991, no. 2. pp. 15–19.
7. Dolganova E.A. *Kul'turologicheskii analiz form prodvizheniya khudozhnika na art-rynok*. Diss. kand. kul'turologii [Culturological analysis of the forms of promoting the artist in the art market. PhD culturology diss.]. Moscow, 2011. 199 p.
8. Ignat'eva O.V. Chastnoe kollektsionirovanie v protsesse evropeizatsii Rossii v XVIII – nachale XX veka [Private collecting in the context of europeanization of Russia in XVIII – early XX centuries]. *Vestnik Permskogo universiteta. Istoriya – Perm University Herald. Series "History"*, 2014, iss. 2 (25), pp. 22–27.
9. Kagan M.S. Muzei v sisteme kul'tury [The museum in the system of culture]. *Voprosy iskusstvovedeniya – Questions Art Criticism*, 1994, no. 4, pp. 445–466.
10. Kagan M.S. *Filosofskaya teoriya tsennosti* [Philosophical value theory]. St. Petersburg, SPbSU Publ., Petropolis Publ., 1997. 205 p.
11. Karpov A.V. [The concept of “art market” in the social and humanitarian sciences]. *Khudozhestvennyi rynek kak ob'ekt gumanitarnogo znaniya: materialy ezhegodnoi mezhvuzovskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [The art market as an object of human knowledge: materials of the annual inter-university scientific conference]. St. Petersburg, 21–23 January 2004, pp. 13–24.
12. Katagoshchina M.V. Sotsial'no-kul'turnyi fenomen chastnogo kollektsionirovaniya v istorii Rossii XVIII – nachala XX vekov (k postanovke problemy) [Socio-cultural phenomenon of private collecting in the history of Russia XVIII – early XX centuries (to the problem)]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl' – Historical and social-educational idea*, 2014, vol. 6, no. 6/2, pp. 97–99.
13. Ikonnikova S.N., Bol'shakov V.P., eds. *Kul'turologiya* [Culturology]. Moscow, Prospekt Publ., 2010. 528 p.
14. Lapina T.S. Kul'turnyi artefakt [Cultural artifact]. *Analitika kul'turologii – Analysis of Cultural Studies*, 2010, no. 3 (18). (In Russian) Available at: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/585-cultural-artifact.html> (accessed 28.01.2016).
15. Okol'nikova S.A. *Integratsiya kul'turnogo naslediya v sovremennyyi sotsiokul'turnyyi kontekst: regional'naya model'*. Diss. kand. kul'turologii [The integration of

cultural heritage in the contemporary social and cultural context: the regional model. PhD culturology diss.]. Moscow, 2011. 183 p.

16. Saverkina I.V. *Istoriya chastnogo kollektcionirovaniya v Rossii* [The history of private collecting in Russia]. St. Petersburg, SPbGUKI Publ., 2006. 208 p.

17. Severyukhin D.Ya. *Istoriya razvitiya peterburgskogo khudozhestvennogo rynka XVIII – pervykh dvukh desyatiletii XX vv.* Diss. kand. iskusstvovedeniya [The history of the of the art market in St. Petersburg XVIII – the first two decades of the XX century. PhD in history of arts diss.]. St. Petersburg, 2005. 202 p.

18. Suvorov N.N. *Galereinoe delo: iskusstvo v prostranstve galerei* [Gallery business: art in the space of the gallery]. St. Petersburg, SPbU Publ., 2006. 200 p.

19. Sukharev A.N. Kollektcionirovanie kak ekonomicheskoe yavlenie [Collecting as an economic phenomenon]. *Finansy i kredit – Finance and Credit*, 2014, no. 29 (605), pp. 45–51.

20. Khangel'dieva I.G. Kul'tura i predprinimatel'stvo v sovremennoi Rossii [Culture and entrepreneurship in modern Russia]. *Prikladnaya kul'turologiya* [Applied culturology]. Moscow, 2010, pp. 25–51.

21. Shlaeva I.V. *Chastnoe kollektcionirovanie predmetov russkoi stariny kak faktor sokhraneniya kul'turnogo naslediya: konets XIX – nachalo XX vv.* Diss. kand. ist. nauk [Private collecting of objects of russian antiquities as a factor in the preservation of cultural heritage: the end of XIX – early XX centuries. PhD hist. sci. diss.]. Moscow, 2000. 219 p.