

<https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-321-329>

УДК 7.075+339.375.2

ББК 85+65.291.86



This is an open access article distributed under
the Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)

© 2021 г. И. В. Черняева
г. Барнаул, Россия

© 2021 г. Л. В. Балахнина
г. Тюмень, Россия

К ВОПРОСУ О ЦЕНООБРАЗОВАНИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА В ПРОЦЕССЕ ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРАКТИК

Аннотация: В современной художественной практике вопрос формирования символической и экономической стоимости произведений искусства остается острым и актуальным. В истории искусства символическую ценность определяли историки искусства, кураторы, художественные критики. Вопрос формирования экономической стоимости произведений искусства остается до сих пор дискуссионным. Задачей исследования является выявление особенностей ценообразования произведений искусства, присущих отдельным периодам развития художественных практик в историческом контексте. Авторы статьи в ретроспективном контексте рассматривают взаимоотношения искусства и рынка, зародившиеся в XVIII в. в Голландии. В статье подробно анализируется эпистолярное наследие П. М. Третьякова, делается вывод о том, что в XIX в. именно профессиональная среда выступала в качестве регулятора ценообразования произведений искусства. Экономические условия XX в. в отечественном искусстве выдвинули на первый план госмеценатство или государственный заказ, объем оплаты произведений зависел от их регалий и социального статуса художника. Ситуация начала XXI в. привнесла на арт-рынок не только новые формы и механизмы, такие как интернет-торговля, корпоративное коллекционирование, арт-банкинг, но и новые проблемы, которые повлияли и на процесс ценообразования.

Ключевые слова: произведения искусства, меценат, коллекция, выставочная деятельность, экспозиция, галерея.

Информация об авторах:

Ирина Валерьевна Черняева — кандидат искусствоведения, Алтайский государственный университет, пр-т Ленина, д. 61, 656049 г. Барнаул, Россия. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0308-0969>. E-mail: gurkina-22@mail.ru

Лидия Васильевна Балахнина — кандидат искусствоведения, доцент, Тюменский государственный университет, ул. Володарского, д. 6, 625003 г. Тюмень, Россия. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3067-866X>. E-mail: 89091812006@mail.ru

Дата поступления статьи: 15.02.2020

Дата публикации: 28.03.2021

Для цитирования: Черняева И. В., Балахнина Л. В. К вопросу о ценообразовании произведений искусства в процессе исторического развития художественных практик // Вестник славянских культур. 2021. Т. 59. С. 321–329. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-321-329>

Процессы глобализации масштабировали художественный рынок, он стал многомерным, международным. Вопрос формирования символической и экономической стоимости произведений искусства остается острым и актуальным. В истории искусства символическую ценность произведений определяли историки искусства, кураторы, художественные критики. Вопрос же формирования экономической стоимости произведений искусства остается до сих пор дискуссионным.

Различными аспектами изучения процесса ценообразования произведений искусства занимались многие исследователи. Упоминания о взаимоотношениях искусства и рынка, зародившихся в XVIII в. в Голландии, имеются в труде Е. И. Ротенберга (1971) [4]. В монографии доктора искусствоведения Я. Д. Северюхина «Старый художественный Петербург: рынок и самоорганизация художников (от начала XVIII в. до 1932 года)» (2008) [6] представлены рыночные структуры (лавки, магазины, галереи, салоны, аукционы и лотереи), которыми так или иначе были связаны столичные художники, а также различные формы государственной и общественной поддержки искусства. Современный художественный рынок становится предметом изучения российских исследователей на рубеже 1980–1990-х гг.: труды А. В. Карпова, Т. Е. Шехтер, А. А. Тихонова. В монографии А. В. Карпова, Т. Е. Шехтер «Художественный рынок: вопросы теории, истории, методологии» (2004) [7] раскрываются понятия «художественный рынок» и «арт-бизнес» в контексте гуманитарного знания и представлена характеристика критериев предпринимательской деятельности в различных сферах художественной культуры. Экономические условия XXI в., проблемы и перспективы художественного рынка в России рассматриваются в трудах И. Грав (2016) [1], М. В. Милоновой (2017) [3], И. В. Черняевой (2016) [10; 8]. Вопрос формирования символической и экономической стоимости произведений искусства в процессе исторического развития художественных практик остается дискуссионным, актуальным и требует дальнейшего изучения.

Задачей исследования является выявление особенностей ценообразования произведений искусства, присущих отдельным периодам развития художественных практик в историческом контексте.

В процессе исторического развития повсеместно происходила трансформация самых разнообразных вещей в товары [1, с. 22]. Продукты художественного творчества также должны были подчиниться рыночному правилу — возмездному отчуждению [2, с. 104]. Становление нового типа художественного рынка, основанного не на заказе, а на свободной купле-продаже произведений искусства связано с голландской художественной культурой XVII в. В этот период профессия живописца стала одной из самых распространенных, теряя свою исключительность. В круг покупателей картин входили не только дворяне и представители крупной буржуазии, но и небогатые бюргеры, ремесленники, даже зажиточные крестьяне. Столь широкому распространению картин способствовало их невероятное обилие и вследствие того крайняя дешевизна.

Широкое распространение произведений живописи объяснялось не только общим экономическим и культурным подъемом страны и естественным желанием украсить свои жилища произведениями искусства. В быстро развивающемся капиталистическом обществе к искусству устанавливается новое отношение. Картины ценятся

не только как уникальные художественные произведения, но и как товар; они используются для вложения денежных средств, для спекуляции. Художник в Голландии уже не зависел в такой мере, как в других странах, от заказов королевского двора, знатных феодалов, меценатов. Голландский живописец работал преимущественно на рынок; он такой же продавец своего товара, как купец или ремесленник. Требования рынка содействовали укоренению в жанровых полотнах поверхностной завлекательности и скрупулезной тщательности письма вместо глубокого проникновения в мир человеческих чувств и смелых живописных решений: «... так, за самые высокие цены, которые только устанавливались за жанровые композиции, шли картины Геррита Доу, сухие и безжизненные, но зато отличавшиеся иллюзионистической выписанностью всех подробностей» [4]. Формально голландский художник свободен в своем искусстве, но рыночный спрос предопределял зависимость художника от социума. История голландского искусства не раз показывала, как мастер, шедший наперекор господствовавшим вкусам, оказывался обреченным на непризнание и нищету. Голландские художники — это обычно сыновья ремесленников, торговцев, чиновников; часто также профессию живописца они воспринимали по наследству от отцов. Занятия живописью из-за конкуренции, падения цен, отсутствия спроса не всегда могли прокормить их, и художникам приходилось искать дополнительный источник заработка. Так, например, Якоб ванн Рейсдал был врачом, Стен — трактирщиком, Хоббема — акцизным чиновником, Вермеер к концу жизни занялся торговлей картинами.

В XVIII в. аспекты процесса ценообразования произведений искусства ярко отражены в эпистолярных диалогах коллекционера П. М. Третьякова, которые были тщательно изучены и проанализированы в данном контексте доктором искусствоведения Д. Я. Северухиным [5; 6].

Третьяков — Стасову (3 июля 1897 г.): «Цены зависят от многих причин, их не покупатель назначает, а продавец; покупатель, в данном случае я, когда нахожу, по своему взгляду, нужным приобрести вещь и боюсь упустить, имея в виду других покупателей, плачу то, что спрашивает продавец, т. е. художник, когда же этого нет, я предлагаю свою цену и выжидаю. <...> Но о ценах говорить совершенно бесполезно, другое дело говорить о самих произведениях...» [6, с. 447].

Стасов — Третьякову (8 июля 1897 г.): «“К чему говорить о ценах? Кому какое дело, сколько за них платится?” К тому говорить, что это ведет к очень важным и интересным соображениям. “Кому какое дело?” Всем, кто искусством интересуется. А что интересуются многие, — это доказывается бесчисленными каталогами художественных произведений (где цена всегда ставится) и очень-очень многочисленными историями искусств, где эти цены рассматриваются и взвешиваются как важные культурные факты. “Кого цены могут интересовать?” Очень многих, и чем время больше будет продвигаться вперед, тем количество интересующий людей будет только расти и расти. <...> “Какая польза от напечатанья цен?” Польза великая. Всякий может рассудить, сколько бывает на свете странного, произвольного, случайного, ни на чем не основанного...».

Третьяков — Стасову (24 июля 1897 г.): «Нельзя говорить о ценах, платимых художникам или торговцам; они никогда не известны точно: художники очень часто возвышают цены против того, что действительно получили; любители чаще понижают, а иногда и возвышают; торговцы почти всегда повышают. То и дело приходится слышать от художников: не говорите, пожалуйста, за сколько я вам уступил <...>. Следовательно, говоря о ценах, не аукционных, никогда нельзя знать их точно, за исключением только тех картин, за которые на выставках получают тут же продающими, а не самими художниками в мастерских, а цифры хороши только тогда, когда они точны».

Стасов — Третьякову (1 августа 1897 г.): «Если коллектору [коллекционеру] нужно (или *кажется* нужным) скрывать цены покупки и продажи, если художникам также нужно (или *кажется* нужным) скрывать эти цены — пусть и коллектор и художник поступают как им угодно. Это их дело. Это до нас, публики, ничуть не касается. Наше дело напротив: стараться *знать* эти цены, эти продажи, и на этом основывать наши соображения» [6, с. 448].

Процесс закупки произведений у художников осуществлялся П. М. Третьяковым крайне порядочно, учитывались все нюансы сделки.

Шишкин — Третьякову (29 марта 1897 г.): «Я ждал получить от Вас 100, а получил только 80 руб[лей]; вычитав 20 рублей за раму, Вы ввели меня некоторым образом в изъян, который в скромный мой расчет не входил...». В ответном письме коллекционер приносит свои извинения: «Избави меня бог кого-либо и как-нибудь ввести в изъян. Оставляя Вашу раму, я предполагал, что она Вам годится для первой же будущей картины, теперь я Вас покорнейше прошу прислать картину в той раме, какая есть. Прилагая при сем 20 рублей, прошу извинить» [9].

По мнению П. М. Третьякова, перепродажа художественного произведения по цене более высокой, чем когда-то была за него заплачена, считалась предосудительной, а извлечение денежной выгоды из собирательской деятельности — недопустимой. Передавая в 1893 г. свою галерею Москве, он сопровождал свой дар описью с указанием цен, уплаченных им за каждое приобретение, не отмечая при этом, что большинство из приобретаемых им на протяжении почти 40 лет произведений возросло в цене.

С позиции В. В. Стасова в диалоге с П. М. Третьяковым открывается возможность общественного влияния на процесс ценообразования. Именно профессиональная среда должна была выступать в качестве регулятора при оценке стоимости того или иного произведения. Петербургский художник, не имея другого механизма ценообразования, был вынужден искать совета и поддержки у товарищей-художников.

В письме от 8 февраля 1877 г. П. П. Чистяков писал П. М. Третьякову по поводу своей картины «Боярин» («Старик-боярин», 1875), весьма высоко оцененной критикой, включая В. В. Стасова и А. В. Прахова: «Я поодиночке просил некоторых художников назначить самую добросовестную цену старику. Трое назначили по две тысячи, двое по три, и один две тысячи пятьсот. Не удивляйтесь такой высокой цене, многуважаемый Павел Михайлович! Старика моего художники считают произведением незаурядным, и, кроме похвал и поздравлений с отлично удавшейся работой, я от них ничего и не слышал, да и публика знакомая в городе с неделю все поздравляла меня. Несмотря на все это, покупаете Вы, Вы и цену назначаете. Что бы Вы ни назначили, меня не обидите. Деньги не они платят, а Вы. Я мало продавал и потому цены себе установить до сих пор не мог». В ответном письме от 14 февраля Третьяков предложил за картину 1500 руб., это предложение было с благодарностью принято автором [6, с. 450].

В случае, когда размер стоимости картины выходил за рамки установившихся представлений, многие профессионалы художественной среды говорили, что сделано это было в состоянии «ума помрачения» [6, с. 450]. Подобная реакция была даже в тех случаях, когда оценивались произведения умершего художника. На посмертной аукционной распродаже художественного наследия К. Д. Флавицкого, состоявшейся в декабре 1866 г. в помещении Санкт-Петербургского собрания, были установлены высокие по тем временам цены: картина «Княжна Тараканова» была оценена в 18 тыс. руб. серебром. «Христианские мученики в Колизее» — в 12 тыс. А. А. Риццони писал по этому поводу в ответ на запрос П. М. Третьякова: «По-настоящему нечего было и Вам писать об этом, потому что этот господин должен быть или сумасшедший или идиот» [6,

с. 451]. И. К. Айвазовский в конце жизни говорил, что художник не торгаш, он должен оценивать свой труд настоящей ценой, а не запрашивать за него бешеные деньги.

К концу XIX в. в России установилась определенная система цен на произведения искусства. Кроме художественных достоинств работы, на ценообразование влияла известность автора, а также ряд технических особенностей. Такими особенностями для произведений живописи являлись формат картины, «трудность» сюжета, тщательность живописной проработки. На ценообразовании существенно сказывалась и сложившаяся еще в XVIII в. иерархия жанров. Выше всего ценились произведения исторического жанра, стоимость произведений бытового жанра была значительно ниже, далее на ценовой лестнице находилась пейзажная живопись, и на низшей ступени стояла портретная живопись. Диапазон цен был представлен стоимостью картин от двадцати пяти тысяч до трехсот рублей.

Выезжая на Запад, отечественные художники недоумевали по поводу сложившейся там галерейной «индустрии», способной превратить художественное произведение в выгодный товар. Характеризуя парижский Салон 1874 г., И. Е. Репин писал П. М. Третьякову: «Вещей около 2000, много очень плохих, вообще французы не строги; и здесь можно составить себе имя и даже капитал; цены страшные! Небольшие картинки 30 000, 16 000 фр. За портреты Карлюс Дюран 20 000 фр. И еще отказывается и передает другим работу. Мало-мальски знаменитый художник уже капиталист...» [6, с. 456].

Спустя двадцать пять лет И. Е. Репин в статье для журнала «Нива» писал: «Биржевая цена — вот чем теперь определяются достоинства художественного произведения. Картинные торговцы должны заменить профессоров: им известны потребности и вкусы покупателей. <...> Они теперь всемогущие творцы славы художников, от них всецело зависит в Европе имя и благосостояние живописцев. Пресса, великая сила, тоже в их руках. Интерес к художественному произведению зависит от биржевой игры на него. Возбудить ажиотаж к картинке и нажать состояние — вот тайна современного успеха художественного произведения» [6, с. 457].

В Санкт-Петербурге, как и вообще в России, вплоть до начала XX в. не находила применения та практика последовательной коммерческой работы в области изобразительного искусства, которая уже десятилетиями существовала в Западной Европе. В России не было принято брать за основу принципы галерейного дела, разработанные Полем Дюран-Рюэлем: целенаправленное приобретение полотен неизвестных художников, проведение выставок, распродажи и аукционы, издание каталогов и художественных журналов, популяризация творчества художников в других странах, продвижение творчества опекаемых им художников в музейные и частные коллекции. В Петербурге практически отсутствовал институт посредничества между художником и покупателем. Финансовые интересы контролировались государством (в лице Академии художеств), крупными коллекционерами и самой художественной средой. Факторами ценообразования на произведения искусства служили зависимость от государственной службы и государственных заказов, частных покупок, от принадлежности к художественному объединению.

В отечественном искусстве XX в. процесс ценообразования был неразрывно связан с социальным заказом. «В капиталистическом обществе заказ производится стихийно, через рынок, скрыто от сознания художников; в обстановке советского хозяйства заказчиком оказывается государство, а заказ производится прямо» [7, с. 52]. Государственный заказ был назван госмеценатством в связи с тем, что без него искусство

просто не выживет в новых экономических условиях: «Поскольку советские станковисты сильно нуждаются и лишь изредка находят сбыт своим произведениям в богатой “загранице”, постольку периодически организуемые госзаказы не только определяют эволюцию искусства, но и поддерживают ее материально, пока общий подъем и благосостояние не укрепят сбыта советской художественной продукции» [7, с. 53]. Выстроилась новая модель художественного рынка, состоящая из госмеценатства, меценатства, индивидуального покупателя. В период с 1930 по 1980-е гг. для решения жизненно важных проблем художников большую роль играли корпоративные организации: Всекохудожник, Худфонд и Оргкомитет Союза художников СССР. К 1953 г. в списках Всекохудожника числилось подавляющее большинство профессиональных живописцев страны. Товарищество Всекохудожник обеспечивало обывателей и официальных заказчиков массовыми художественными изделиями, а художников — средствами труда. Эта структура обеспечивала художникам стабильный заработок, решала многие вопросы их жизнеобеспечения. Оргкомитет Союза художников в основном решал вопросы организации художественных выставок и распределения государственных заказов. В 1970–1980-е гг. член Худфонда получал гарантированное авансирование от фонда: «зарплату» в размере 250 руб. в месяц. В 1960–1980-е гг. произведения искусства, например парадные портреты, заказывали предприятия: фабрики, заводы, шахты, колхозы и т. д. Другими источниками заказов были издательства, графические комбинаты, комбинаты декоративно-прикладного искусства и скульптуры. Гонорары художников зависели от их регалий и социального статуса. Особым видом дохода было участие в зональных выставках. Общий гонорарный фонд зональной выставки мог составлять до 1,5 млн руб. Деньги поступали от Министерства культуры, Худфонда, от крупных предприятий. С участниками выставки заключались договора (с гонораром до 5 тыс. руб.), что в советское время представляло весьма внушительную сумму [7, с. 55].

Помимо государственных официальных заказов, существовал и нелегальный художественный рынок. Художники подрабатывали частными заказами. В художественной промышленности устанавливались плановые расценки, которые были ориентированы прежде всего на размеры работ, а также на их тематику (сюжетно-тематическая картина стоила, например, дороже пейзажа или натюрморта).

Экономическая ситуация конца XX–XXI вв. дополняет художественный рынок такими новыми формами и механизмами, как интернет-торговля [10, с. 516], корпоративное коллекционирование, арт-банкинг. Нововведения одновременно добавили арт-рынку ряд проблем: отсутствие прозрачности при совершении сделок, легализация незаконных доходов, хищение произведений искусства и высокая стоимость услуг компаний, специализирующихся на страховании произведений, обусловленная большими рисками, уклонение от уплаты налогов [3, с. 104].

Таким образом, в процессе исторического развития художественных практик произведения искусства, выступая в качестве товара, вынуждены приспосабливаться к художественному рынку, его правилам, нравам и нормам, заземляющим понятие ценности на уровень продажных цен. Определяется это тем, что рынок учитывает меняющуюся моду на искусство, осуществляет его переоценку в связи с ситуацией и реагирует на мотивацию потребителя. Одни покупатели в произведении искусства ищут смысл и познание действительности, другие — эстетику, третьи — пластику форм и ритм, четвертые — декоративность, пятые — возможность выгодного вложения капитала и т. д. Рынок устанавливает свои правила — выбор, торг, покупку, владение. Можно утверждать, что с того момента, как изобразительное искусство стало товаром, его эстетическая ценность сливается с коммерческой оценкой, и разделить их можно только

умозрительно, причем последняя превалирует. Чем более развит и организован рынок вообще и художественный в частности, тем сильнее становится примат коммерции. Нестандартный, единичный характер, высокие эстетические свойства делают предметы изобразительного искусства идеальным материалом для постоянного приобретения, собирания, систематизации, коллекционирования и сбережения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 *Грав И.* Высокая цена: искусство между рынком и культурой знаменитости. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 288 с.
- 2 *Денисов Б. А.* Арт-рынок: общие черты и генезис // Маркетинг. 1998. № 3. С. 104–110.
- 3 *Милонова М. В.* и др. Арт-рынок: проблемы и перспективы зарубежного арт-бизнеса в России // Международная торговля и торговая политика. 2017. № 3 (11). С. 95–108.
- 4 *Ротенберг Е. И.* Искусство Голландии XVII века. М.: Искусство, 1971. 235 с.
- 5 *Северюхин Д. Я.* «Выставочная проза» Петербурга. Из истории художественного рынка. СПб.: Н. И. Новиков, 2003. 62 с.
- 6 *Северюхин Д. Я.* Старый художественный Петербург = Artistic Petersburg of the times past: рынок и самоорганизация художников от начала XVIII века до 1932 г. СПб.: Мирь, 2008. 534 с.
- 7 Художественный рынок: вопросы теории, истории, методологии / под ред. Т. Е. Шехтер, А. В. Карпова. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2004. 232 с.
- 8 *Черняева И. В.* Рынок произведений искусства в России: ключевые понятия исследования // Вестник ТГУ. Культурология и искусствоведение. 2016. № 4 (24). С. 76–84.
- 9 Эпистолярное наследие И. И. Шишкина // Shishkin-art.ru. URL: <http://shishkin-art.ru/176> (дата обращения: 23.12.2019).
- 10 *Chernyaeva I. V., Stepankaya Y. V., Sino G.* An art auction as a perspective form of activity at the regional art production market in Russia // Journal of Advanced Research in Law and Economics. 2016. Т. 7, № 3. С. 516–520.

© 2021. **Irina V. Chernyaeva**
Barnaul, Russia

© 2021. **Lidiya V. Balakhnina**
Tyumen, Russia

ON THE ISSUE OF PRICING WORKS OF ART IN THE PROCESS OF HISTORICAL DEVELOPMENT OF ARTISTIC PRACTICES

Abstract: In modern art practice, the issue of formation of symbolic and economic value of works of art remains acute and relevant. In the history of art art historians, curators, and art critics used to determine symbolic value. The issue of formation of economic value of works of art is still debatable. The task of the study is to identify features of

the pricing of works of art inherent in individual periods of the development of artistic practices in a historical context. The authors address the issue retrospectively, considering the relationships between art and market, originated in the 18th century in Holland. The paper conducts a detailed analyze of the epistolary heritage of P. M. Tretiakov, concluding that in the 19th century it was the professional environment that acted as a regulator of the pricing of works of art. Economic conditions of the 20th century in the domestic art put to the forefront state insurance or state order, therefore the volume of payment of works depended on regalia and social status of an artist. The situation of the beginning of the 21st century brought not only new forms and mechanisms to the art market as Internet trading, corporate collecting, art banking, but also new problems that influenced the pricing process.

Keywords: works of art, patron, collection, exhibition activities, exposition, gallery.

Information on authors:

Irina V. Chernyaeva — PhD in Art, Altai State University, Lenin Ave, 61, 656049 Barnaul, Russia. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0308-0969>. E-mail: gurkina-22@mail.ru

Lidiya V. Balakhnina — PhD in Art, Associate Professor, Tyumen State University, Volodarsky St., 6, 625003 Tyumen Russia. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3067-866X>. E-mail: 89091812006@mail.ru

Received: February 15, 2020

Date of publication: March 28, 2021

For citation: Chernyaeva I. V., Balakhnina L. V. On the issue of pricing works of art in the process of historical development of artistic practices. *Vestnik slavianskikh kul'tur*, 2021, vol. 59, pp. 321–329. (In Russian) <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-321-329>

REFERENCES

- 1 Grav I. *Vysokaia tsena: iskusstvo mezhdu rynkom i kul'turoi znamenitosti* [High price: Art between the Market and celebrity culture]. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2016. 288 p. (In Russian)
- 2 Denisov B. A. Art-rynok: obshchie cherty i genezis [Art-market: general features and genesis]. *Marketing*, 1998, no 3, pp. 104–110. (In Russian)
- 3 Milonova M. V., and at al. Art-rynok: problemy i perspektivy zarubezhnogo art-biznesa v Rossii [Art market: problems and prospects of foreign art business in Russia]. *Mezhdunarodnaia trgovlia i torgovaia politika*, 2017, no 3 (11), pp. 95–108. (In Russian)
- 4 Rotenberg E. I. *Iskusstvo Gollandii XVII veka* [Art of Holland of the 17th century]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1971. 235 p. (In Russian)
- 5 Severiukhin D. Ia. “Vystavochnaia proza” Peterburga. *Iz istorii khudozhestvennogo rynka* [“Exhibition Prose” of St. Petersburg. From the history of the art market]. St. Petersburg, N. I. Novikov Publ., 2003. 62 p. (In Russian)
- 6 Severiukhin D. Ia. *Staryi khudozhestvennyi Peterburg = Artistic Petersburg of the times past: rynek i samoorganizatsiia khudozhnikov ot nachala XVIII veka do 1932 g.* [Old art Petersburg = Artistic Petersburg of the times past: the market and self-organization of artists from the beginning of the 18th century to 1932]. St. Petersburg, Mir" Publ., 2008. 534 p. (In Russian)

- 7 *Khudozhestvennyi rynek: voprosy teorii, istorii, metodologii* [The art market: issues of theory, history, and methodology], edited by T. E. Shekhter, A.V. Karpova. St. Petersburg, Izdatel'stvo SPbGUP Publ., 2004. 232 p. (In Russian)
- 8 Cherniaeva I. V. Rynek proizvedenii iskusstva v Rossii: kliuchevye poniatii i issledovaniia [The art market in Russia: key research concepts]. *Vestnik TGU, Kul'turologiia i iskusstvovedenie* [Cultural studies and art history], 2016, no 4 (24), pp. 76–84. (In Russian)
- 9 Epistoliarnoe nasledie I. I. Shishkina [The epistolary legacy of I. I. Shishkin]. *Shishkin-art.ru*. Available at: <http://shishkin-art.ru/176> (accessed 23 December 2019). (In Russian)
- 10 Chernyaeva I. V., Stepanskaya Y. V., Sino G. An art auction as a perspective form of activity at the regional art production market in Russia. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2016, vol. 7, no 3, pp. 516–520. (In English)