

Wycenić ideę. Z rynku sztuki na giełdę i z powrotem. Analiza procesów wartościowania i wyceny na przykładzie rynku sztuki

Pricing the idea. From the art market to the stock exchange and back. Analysis of value and valuation processes, using the example of the art market

Mikołaj Lewicki

Instytut Socjologii, Uniwersytet Warszawski, lewicki@uw.edu.pl

Streszczenie:

Procesy wyceny – zamiany różnych, pozarynkowych wartości w cenę oraz dóbr – w towary, określane mianem utowarowienia, stanowią współcześnie temat nie tylko debat akademickich, ale też dyskusji publicznych. Na ogół pojawia się w nich opozycja między rynkiem i pieniądzem a społeczeństwem, bądź też kulturą czy sztuką. W przeciwieństwie do klasycznych ujęć w socjologii, w których rynek ma właściwości obiektywne, opisywane dzięki prawom popytu i podaży, przedstawiona została perspektywa, w której rynki są konstruktami społecznymi, a to, co podlega wymianie, jest zakorzeniane w społecznych konfiguracjach, łączących przede wszystkim „producentów” – stronę podażową. Inne ujęcie zakorzenienia rynków pozwala wskazać, że wartość produktów oraz związane z nią postawy nie powstają wyłącznie w procesach percepcji konsumentów, lecz odnoszą się do społecznie skonstruowanych wartości na rynku oraz rynku wartości. Ilustracją tych procesów jest analiza prób przenoszenia wartości dzieł sztuki na

rynek kapitałowy, dokonywana przez spółkę, która była jednocześnie domem aukcyjnym i spółką giełdową.

Słowa kluczowe: wartość, wartościowanie, uwspółmiernianie, wycena, utowarowienie, rynek sztuki.

Abstract:

Valuation processes – the conversion of various non-market values into the price of goods, referred to as commodification – are the contemporary subject of not only academic debate but public discussion. In general, this appears in the opposition between the market and money on one hand and society, culture, or art on the other hand. In contrast to classical sociological approaches that treat the market as having objective rules emanating in the laws of supply and demand, I propose a perspective in which the exchanged goods are embedded in social relations, linking predominantly “producers” – the supply side. I propose a genuine meaning of embeddedness in order to demonstrate

that the value of products, and the attitudes associated with them, cannot be reduced to consumers' perception processes, but rather refer to socially constructed values on the market and the market value. The analysis refers to a specific case study that shows attempts to transpose the value of works of arts from the art market to the capital market by a company listed on the Warsaw Stock Exchange.

Keywords: value, valuation, commensuration, pricing, commodification, art market.

Artykuł ten powstał w ramach projektu badawczego „Rynek i wartościowanie. Problem zakorzenienia działalności gospodarczej na rynku kapitałowym na przykładzie Giełdy Papierów Wartościowych”, finansowanego ze środków NCN w ramach grantu UMO-2012/05/HS6/02760.

1. Wstęp

„Wszystko na sprzedaż” – hasło obecne niejednokrotnie w dyskursie publicznym, przy okazji informacji o kolejnym kontrowersyjnym, by nie rzec – bulwersującym powiązaniu wartości pieniężnej z wartością pozapieniężną – ciała, zwłok, duchowości człowieka, kultury czy sztuki, zdaje się dobrze reprezentować powszechne przekonanie o sile mechanizmów rynkowych. Artykuł przedstawia, jak idea nabiera charakteru ceny. Zarówno w doniesieniach medialnych na ten temat, jak i w kulturze popularnej, niejednokrotnie w filmach, pieniądź jest przedstawiany jak wirus, który, gdy tylko zaatakuje organizm, z pewnością doprowadzi do jego unicestwienia lub przynajmniej – poważnego kryzysu. Obecnie kwestia utowarowienia i monetaryzacji pojawia się szczególnie w dyskusjach o tym, jak daleko może posunąć się logika rynkowa w modyfikacji tego, co zwykliśmy nazywać ludzką naturą czy biologicznym wyposażeniem; dyskutuje się zatem, czy płatne

usługi związane z genetyką, transplantologią, ale także – neuronowym programowaniem etc., są moralne i społecznie pożyteczne, czy zdrowie, mądrość, miłość nie tyle można kupić, ile – czy powinno się tego zabronić, na bazie moralnych argumentów (Sandel, 2012). Choć część powiązań wskazanych powyżej, jak np. między organami ludzkimi a pieniądzem czy między intymnością a pieniądzem, jest prawnie zabroniona (handel organami) lub moralnie potępiana (prostyucja), same mechanizmy utowarowienia rzadziej stają się przedmiotem refleksji w tonie innym niż alarmujący i *de facto* – odwołujący się do argumentów o moralnych fundamentach porządku społecznego. Opis utowarowienia używany jest do analizy procesów, w których to, co do tej pory miało status dobra, zakorzenionego w wartościach pozarynkowych, nabiera wartości pieniężnej, przyćmiewającej wszystkie pozostałe, a samo dobro staje się przedmiotem wymiany rynkowej. Niniejsza analiza opisuje, w jaki sposób wartościowanie dóbr pozwala zrozumieć współczesne mechanizmy wyceny. Przedstawione zostaną mechanizmy instytucjonalne oraz relacje społeczne, które powstają w trakcie uwspółmierniania wartości, a nie ich percepcja przez jednostki. W ekonomii zdaje się dominować taka wizja utowarowienia, która bliska jest opisywanemu przez Marksa, Simmla czy Webera mechanizmowi racjonalizacji i urzeczowienia, a które według nie tylko wspomnianych klasyków socjologii stanowią fundamenty nowoczesności (Marks, 1951; Simmel, 1997; Weber, 2006; por. Górnik-Durose 2002). Przedmioty i działania, które do tej pory uwikłane były w lokalne, kontekstowe i bardziej lub mniej arbitralne porządki wartościowania, nabierają charakteru obiektywnego (Borcuch, 2010). Ludzie, idee, przedmioty oceniane są przez jednostkę poprzez jej kalkulację względem autonomicznie wyznaczanych sobie celów

(Weber, 2006; Simmel, 1997; Marks, 1951). Skutkiem tego procesu jest wartość pieniężna oraz sam pieniądź i jego podstawowe funkcje, opisane przez ekonomię czy socjologię: jako środek wymiany, miernik wartości oraz sposób na przechowanie wartości. Jak wskazuje wiele badań, pieniądź można postrzegać jednak przez jego dualną naturę: jego funkcje ekonomiczne oraz pozaekonomiczne, psychiczne czy kulturowe znaczenie (Gąsiorowska, 2014). Pozaekonomiczne znaczenie pieniądza jest rozpatrywane w psychologii głównie ze względu na motywacje kierujące jednostkami oraz procesy, poprzez które myślenie o pieniądzach lub ich posiadanie jest związane z formowaniem tożsamości, celów oraz strategii działania (Baryła, 2013; Zawadzka, Górnik-Durose, 2010; Gąsiorowska, 2014). Psychologiczna analiza orientacji merkantylistycznej zdaje się podążać podobnym tropem (Górnik-Durose, Janiec, 2010). Warto zwrócić uwagę nie tyle na orientację jednostek na pozyskiwanie przedmiotów i różnorodną konsumpcję, ile na sposób realizacji owych pragnień – na ogół metodyczną, zaplanowaną strategię osiągnięcia celów, w której naczelnym wyznacznikiem wartości jest wartość pieniężna. Psychologia skupia się przede wszystkim na konsekwencjach tej postawy. Niniejsza analiza wskazuje na jej źródła, wiążąc je z procesami utowarowienia. W przeciwieństwie jednak do klasycznych ujęć w socjologii, w których rynek ma właściwości obiektywne, opisywane dzięki prawom popytu i podaży, proponuje się tutaj perspektywę, w której rynki są konstruktami społecznymi, a to, co podlega wymianie, jest osadzone w społecznych konfiguracjach łączących przede wszystkim „producentów” – stronę podażową, bynajmniej nie jedynie według praw konkurencji, czy nawet monopolizacji działalności gospodarczej (White, 1981). Założenie o społecznej konstrukcji rynków nie jest wkładem oryginal-

nym ani autora, ani też nawet tak wybitnych teoretyków jak Karl Polanyi, i znajduje także swych zwolenników wśród ekonomistów. Jak zauważa Greta Krippner, rzadko owo społeczne konstruowanie rynku jest rozumiane inaczej aniżeli poprzez instytucjonalną infrastrukturę, otaczającą rynek i wpływającą zarówno na jego płynność, efektywność, jak i na racjonalność aktorów (Krippner, 2002). Przedstawione tu ujęcie zakorzenienia rynków pozwoli wskazać, że wartość produktów oraz związane z nią postawy nie powstają wyłącznie w procesach percepcji konsumentów, lecz odnoszą się do społecznie skonstruowanego rynku wartości. Ten zaś nie jest oparty wyłącznie na zasadzie równowagi cen, lecz na grze, czy też raczej – konkurencji o status wśród „producentów” oraz pozycję względem innych aktorów rynkowych w danym polu (por. Bourdieu, 2006; Aspers, 2006; Podolny, 2008). Nim przedmiot, idea czy symbol staną się towarem, nie tylko muszą się pojawić sprzedający i nabywający, ale zalegitymizowana musi zostać łącząca ich relacja. Problem ten został już dobrze rozpoznany z perspektywy zakazów i ograniczeń w urynkowieniu i spieniężaniu, wprost wynikających z kulturowych, a *de facto* moralnych bądź religijnych norm, właściwych danym społeczeństwom (Sandel, 2012; Fiske, Tetlock, 1997; Zelizer, 2005). Przyjmując taką perspektywę, należy stwierdzić, że ograniczenia rynkowych mechanizmów możliwe są na bazie argumentów odwołujących się do moralności. Jednocześnie jednak rynek sam w sobie winien być pozostawiony swym uniwersalnym prawom samoregulacji. Celem niniejszej analizy jest wskazanie, w jaki sposób instytucjonalna konstrukcja rynku i wartościowania towarów wpływa na zakres utowarowienia oraz jakie są determinanty samego procesu nabywania wartości pieniężnej.

Rynek sztuki z jednej strony wydaje się najbardziej arbitralny i daleki od modelowego wyobrażenia rynku: brak w nim jasnych standardów wyceny, towary poprzez swą rzadkość i arbitralność cen podlegają procesom spekulacji, a o wartości użytkowej bądź też spełnianiu potrzeb właściwie trudno obecnie mówić. Z drugiej jednak, jak zauważają socjologowie analizujący rynek sztuki (Hutter, Throsby, 2008; Karpik, 2010; Boltanski, 2011), coraz częściej rynek sztuki poprzez objawiające się w nim mechanizmy zdaje się mówić wiele o naturze współczesnego kapitalizmu, a z pewnością – stał się przedmiotem bardzo wzmożonej aktywności inwestorów. I nie chodzi tu tylko, ani nawet nie przede wszystkim, o kolekcjonerów dzieł sztuki, właścicieli fortun czy też marszandów, lecz o inwestorów instytucjonalnych, którzy coraz częściej traktują inwestycje w dzieła sztuki jako jedną z form tzw. inwestycji alternatywnych. Bezpośrednią zatem przyczyną zainteresowania rynkiem sztuki dla ekonomisty czy analityka rynkowego będzie wzrost jego (globalnego) znaczenia. Droga z rynku sztuki na rynek kapitałowy niesłychanie się skróciła; dystans między – jakby można było uznać – najbardziej arbitralnym i mało płynnym rynkiem sztuki a rynkiem kapitałowym skrócił się w sensie powiązań pieniężnych i kapitałowych, ale jednocześnie – jak sugeruje się w tej analizie – ze względu na uwarunkowania instytucjonalne, w Polsce oba rynki są od siebie nadal odległe. I nie wynika to z braku zaawansowania i „płynkości” rynku kapitałowego w Polsce, lecz raczej – z procesów wyceny oraz oceny rynku sztuki bądź jego względnej i broniącej przez jego aktorów autonomii. Podkreślić należy, że chodzi tu o względną autonomię rynku sztuki, nie zaś samego pola sztuki. Choć jak wskazuje poniższa analiza, granice między sztuką a rynkiem wydają się zatarte.

2. Rynek przeciw kulturze, rynek jako dominanta kultury

Siła klasycznych argumentów dotyczących społecznych źródeł pieniężnej wartości oraz urzeczowienia relacji leży, jak się zdaje, w ich intuicyjności. Klócić się o wartości możemy długo, ale w końcu cenę można wynegocjować. Wartość pieniężna to efekt procesu obiektywizacji, oderwania przedmiotów oraz ludzi posługujących się nimi od ich emocjonalnych, kulturowych i społecznych uwikłań. Dzieje się tak poprzez proces, w którym skwantyfikowana wartość wyraża to, czego wzajemnie, jako komunikujące jednostki, a w konsekwencji – społeczeństwo – jesteśmy w stanie od siebie oczekiwać (Simmel, 1997; Borchard, 2010). Wartość pieniężną odnajdujemy zatem przede wszystkim w jej społecznej funkcji obiektywizacji relacji łączących ludzi. Dlatego właśnie pieniądź wydaje się zimny. Argumenty uwikłane w spory fundamentalne, np. o moralność, są sprowadzane do porozumienia o wymianie pieniądza na towar czy idei na pieniądź. Po pierwsze, pieniądź jako miernik wartości wykonuje pracę, która poza kontekstem ekonomicznym mogłaby być określona jako uwspółmiernianie – wiązanie różnych porządków wartości w jedną, kwantyfikowalną miarę (Espeland, Stevens, 1998). Po drugie, jako medium wymiany ma swą materialność oraz swego właściciela – a zatem jednostkę, która nadaje mu subiektywną wartość, ale jednocześnie jest jego „nosicielem”, uczestniczącym w cyrkulacji dóbr, a wśród nich – tego szczególnego dobra, jakim jest pieniądź. Jak wskazuje Nigel Dodd, odwołując się do Marksa, to sprzeczność zawarta w pieniądzu – z jednej strony wskazuje na uniwersalną wartość, z drugiej, jako materialny jej ekwiwalent oraz coś, co przynależy konkretnej jednostce, jest rozparty między roszczeniem do uniwersalności

(„wszystko można za niego kupić”) a faktem jego partycularności („są tacy, którzy go mają, i tacy, którzy nie mają nic”) (Dodd, 2014). Najlepiej obrazuje tę sprzeczność analiza trzeciej funkcji pieniądza – tezauryzacji, przechowywania wartości. Pomnażanie kapitału, ciągle reinwestowanie, którego wyrazem jest wartość pieniężna, wymiana towarów za pieniądze po to, by mieć pieniądze (w różnej formie), wskazuje, że medium wymiany jednocześnie samo stanowi specyficzny towar, o wyjątkowej wartości – takiej, która ma w sobie i uniwersalność medium, i partycularność – przynależność, a jej przechowywanie bądź akumulacja stają się celem samym w sobie; w ten sposób pieniądz nabiera wtórnie wartości użytkowej. To zdaje się także dobrze definiować postawę materialistyczną, opisywaną w psychologii zachowań konsumenckich (Górnik-Durose, 2002). Jednocześnie jednak jest oznaką fetyszyzmu towarowego, czyli zamiany społecznych stosunków produkcji w rzeczowe, zaś rzeczowych stosunków między towarami – w społeczne (Marks, 1951; Lukács, 2013). Mówiąc inaczej – pieniądz, niczym Jezus, jest Bogiem, ale jednocześnie człowiekiem; środkiem wymiany, ale i celem samym w sobie; czymś, co wymierza wartość, ale jednocześnie stanowi jej najwyższy wymiar, gdy chodzi o wymianę. Fetyszyzm czyni więc z pieniądza abstrakcyjną wartość, która podporządkowuje pozostałe (Marks, 1951). Same reguły wymiany rynkowej są tu w tym sensie wtórne, że dopóki pozwalają na cyrkulację pieniądza, w jego coraz bardziej abstrakcyjnych formach (np. kredytu), dopóty są raczej środowiskiem, w którym odbywają się zasadnicze procesy społeczne, tu: ekonomiczne (Krippner, 2002).

Podstawowa krytyka marksowska zmierzała do uznania, że ze swej istoty kapitalizm nie może zmienić sedna owego procesu urzeczowienia. Alienacja dotyczy nie tylko wytworów

pracy, ale przede wszystkim relacji społecznych, które umożliwiają produkcję – twórczość jednostki. Tym samym pojawia się powszechne poczucie i ekspresja przekonania, że pieniądz staje się celem samym w sobie. Zdaje się ono mieć charakter obiektywny oraz alienuje od rzeczywistych relacji, które pierwotnie powołują cyrkulację dóbr. Tę perspektywę potwierdzają badania nad relacją między procesami poznawczymi związanymi z pieniądzem (wzbudzeniem myślenia o nim) a orientacją na samowystarczalność (Gąsiorowska, 2014).

Podobną funkcję pieniądzu przypisywał Simmel, wiążąc go bezpośrednio z kulturą formą współczesności – jej najwyższą formą pod względem tego, co łączy jednostki. To, co subiektywnie pożądane, ale i intersubiektywnie komunikowane, znajduje swą formę obiektywizacji – uznania i „zakotwiczenia” wartości w formie pieniężnej. Jak pisał:

Pożądanie i uczucie podmiotu jest siłą napędową w tle, ale samo nie mogłoby wytworzyć formy wartości, będącej rezultatem wzajemnego równoważenia się podmiotów. Gospodarka przepuszcza strumień wartościowań przez formę wymiany, tworząc pośrednie królestwo między pragnieniami będącymi źródłem wszelkiej ludzkiej aktywności a zaspokojeniem potrzeb, będącym jej zwieńczeniem. Specyficzną cechą gospodarki jako szczególnej formy zachowania i komunikacji jest nie tylko to, że wartości są wymieniane, ale i to, że zachodzi wymiana wartości (Simmel, 1997, s. 38).

Pieniądz zatem stanowi najwyższą formę procesu wartościowania. Ale jednocześnie autor *Filozofii pieniądza* dostrzegał destrukcyjną moc spieniężania – zamianę wszelkich relacji w niestałe, płynne i wykorzenione z czegoś więcej niż kalkulacja podczas wymiany. Porządek świata, w którym jednostki kalkulują i odnoszą się do

najbardziej zobiektywizowanych form wartości, jest bezwzględny, ale zarazem emancypujący – uwalnia każdego, kto uczestniczy w wymianie pieniężnej, od uzasadnień, lokalnych kontekstów, arbitralnych wartości, odwołujących się do subiektywnych sądów o świecie. Pieniądz nie tyle więc determinuje kulturowe formy życia społecznego, jak można by w sumie przypuszczać, ile specyficzną dla nowoczesności relację między pieniądzem a kulturą, w której to pieniądz staje się w pewnym sensie najwyższą wartością kulturową. Paradoks nowoczesności polega na tym, że kultura jednocześnie sama z ową wartością walczy. Stąd płynie ten prąd krytyki spieniężenia, który wskazuje na jego przemożną siłę oraz zdaje się *de facto* moralizować – wskazywać na niejako mniej obiektywne, choć ważne dla rozmaitych grup powody do tego, by coś spod wymiany pieniężnej miało być wyłączone. Pieniądz jako medium wymiany w tej perspektywie zdaje się być jej niemal najwyższą pod względem uniwersalności formą. Dzięki niej rozwija się racjonalność, jak wskazywał już nie tylko Simmel, ale także Weber (2005). Tym samym z tej perspektywy to pieniądz przede wszystkim zmienia kulturę. Jednocześnie jednak społeczeństwo, poprzez pozarynkowe mechanizmy wartościowania, winno bronić się przed procesami urzeczowienia, a w ich następstwie – spieniężenia „wszystkiego, co stałe” (Berman, 2006). Aby więc wyjaśnić jego współczesne mechanizmy, należałoby jedynie wskazać na jego współczesne manifestacje. Tą drogą podążają analizy, które dowodzą, że współczesny kapitalizm przyjął formę kapitalizmu kognitywnego – systemu, w którym największe zyski powstają poprzez utowarowienie idei, wiedzy, czy szerzej – całej produkcji niematerialnej (Castells, 2007; Hardt, Negri, 2005).

3. Rynek jako społeczna konstrukcja

Punktem wyjścia do odmiennego rozumienia procesów urynkowienia oraz utowarowienia poprzez pieniądz jest przyjęcie tezy o zakorzenieniu rynków (Polanyi, 2010). Mówiąc najkrócej, chodzi tu o wskazanie na wielość mechanizmów społecznych, które decydują o specyficznym zakorzenieniu rynków, a w konsekwencji – o różnorodności mechanizmów utowarowienia i spieniężania, niewynikających wprost ani z prawa rynkowej samoregulacji, ani też z trzech, fundamentalnych funkcji pieniądza. Nawet jeśli można mówić o uniwersalnych zasadach gospodarki rynkowej, ich realizacja zawsze jest uwikłana w specyficzną dynamikę (jak wskazuje Polanyi, np. ruchu i kontrruchu), w której o kształcie gospodarki rynkowej decyduje szereg skrzyżowań i konfliktów między różnymi sposobami budowania relacji społecznych. Pieniądz jako medium wymiany pojawia się w owych konfliktach i skrzyżowaniach tylko wówczas, gdy istnieje zgoda co do tego, co wymianie może podlegać. Najpierw zatem musi istnieć zgoda co do możliwości wymiany (a nie np. obdarowania czy też redystrybucji). Po drugie jednak istnieć musi taka struktura relacji społecznych, w której aktorzy dbają o stabilność mechanizmów wyceny. Bez tego niemożliwe jest – jak twierdzi Polanyi – utrzymywanie „fikcyjności” niektórych towarów (Polanyi, 2010). W przeciwnym razie nie może być osiągnięta równowaga między podażą a popytem. Gdy tej dbałości nie ma, wymiana pieniężna generuje konflikty prowadzące do rekwalfikacji albo wartości pieniężnej, albo też innych, pozapieniężnych wartości przedmiotów sporu. A zatem to nie tyle obrona społeczeństwa, na przykład poprzez zakazy i nakazy moralne czy religijne, ile sama konstrukcja rynku faworyzuje specyficzne mechanizmy spieniężania.

Chcąc więc zrozumieć, skąd pochodzi ich siła, możemy przyjrzeć się ich naturze. By ten abstrakcyjny opis przybliżyć, a postawione hipotezy zilustrować, odwołam się do badanego studium przypadku.

4. Dzieło na rynku sztuki

Wartość dzieła sztuki wydaje się najbardziej arbitralna, gdyż chodzi w niej nominalnie o to, czy dzieło sztuki wywołuje estetyczne bądź jakiegokolwiek inne, subiektywne doznania. Przynajmniej tak można by zdefiniować zasadę autonomii sztuki w nowoczesności (Boltanski, 2011; Benjamin, 1975). Podstawowym uzasadnieniem posiadania dzieła sztuki jest jego subiektywny odbiór. Jeśli jednak spojrzymy na to, jak dzieło sztuki osiąga swą wartość, dostrzeżemy szereg operacji wykonywanych przez różnych aktorów, począwszy od samego twórcy, poprzez właściciela galerii, kuratorów i krytyków, a na odbiorcach sztuki, uczestnikach jej ekspozycji, kończąc. I tak odpowiednio – twórca określa, co tym dziełem jest¹, właściciel galerii owo dzieło sztuki wystawia, krytycy i kuratorzy konkretne dzieło sztuki interpretują w zestawieniach z innymi, formułując specjalistyczne diagnozy, a publiczność w efekcie dyskutuje nie tylko o samym dziele, ale także o jego stworzonym we wspomnianym obiegu znaczeniu. Samo dzieło sztuki – jak wskazuje Boltanski – charakteryzuje się przede wszystkim swą wyjątkowością, pojedynczością; nawet jeśli jest ono powielane i kopiowane, kwestie oryginału i oryginalności mają dla jego wartości fundamentalne znaczenie (Boltanski, 2011). Dzieło nieoryginalne,

którego synonimem byłby banał, powszedniość czy rutyna, *de facto* dziełem sztuki przestaje być (Gell, 1998). Podobnie jak kopia nie ma wartości oryginału. By jednak nabrać cech wyjątkowości, dzieło sztuki za takie musi być uznane, w procesie atrybucji wartości. Ów proces określa „wartość ekspozycyjną” dzieła sztuki, przemieniając subiektywne oceny i wrażenia w intersubiektywną ocenę. Zaangażowani w nią są przede wszystkim powołani do tego specjaliści: eksperci sprawdzający autentyczność dzieła (jeśli tylko jego autor nie może o niej zaświadczyć), oceniający dzieło wobec innych (krytycy sztuki, kuratorzy, tzw. galernicy², marszandzi sztuki), czy też kolekcjonerzy bądź muzea i galerie, które przez swe kolekcje sankcjonują konteksty i znaczenia poszczególnych dzieł, a w końcu – szeroka publiczność. Co najmniej od czasu wystawienia przez Duchampa pisuaru w galerii, uznanie wartości estetycznej oraz wyjątkowości dzieła sztuki nie jest odnoszone wyłącznie do niego samego, ani nawet do autonomicznego pola sztuki; dzieło sztuki jest stale kontekstualizowane przez przestrzeń i czas, w którym się pojawia. Wbrew jednak początkowemu przyjęciu arbitralności wartości dzieła sztuki, w gruncie rzeczy to właśnie kontekst dzieła sztuki, aktorzy zaangażowani w jego ocenę i obserwację są zainteresowani ustaleniem i stabilizacją jego wartości ekspozycyjnej. Bez względu na to, czy chodzi o artystę, który poszukuje uznania, kuratora, który pragnie wypromować dzieła sztuki i trwale zaistnieć jako odkrywca ich wartości, „galernika”, który w swej galerii pragnie posiadać dzieła sztuki lub przynajmniej współpracować z uznanym artystą, muzealnikiem, którzy

¹ Od czasów twórczości Marcela Duchampa wiadomo, że jest to proces właśnie arbitralny, określane jedynie wewnętrznymi regułami pola sztuki (por. Bourdieu, 2001).

² Galernik – używane w kręgach artystycznych potoczne określenie właściciela galerii, który decyduje o jej programie – doborze kuratorów, selekcji artystów współpracujących oraz dzieł, które są eksponowane.

kolekcjonują dzieła, które już posiadają lub mają posiadać status kanonicznych – wszyscy są zainteresowani, by wyjątkowość i pojedynczość dzieła sztuki nabrała znaczenia wobec innych i stała się w miarę stabilna. Proces ustalania wartości nie odbywa się w warunkach współpracy i porozumienia; często towarzyszą mu spory, a czasem wręcz otwarte konflikty. Atak posła Witolda Tomczaka na rzeźbę Maurizio Catellana „Papież przygnieciony meteorytem” bądź procesy o zniesławienie wytaczane artystom są najbardziej jaskrawymi przykładami tego, że spory nie muszą angażować jedynie krytyków sztuki, kuratorów i artystów lub publiczności chodzącej regularnie na wystawy czy spektakle. Spory i konflikty przebiegają jednak także wokół logiki – logiki pewnego pola – przestrzeni społecznej zajmowanej przez spozycjonowanych aktorów, zainteresowanych określeniem wartości oraz ich stabilizacją (Bourdieu, 2001). Dopiero wobec takiej struktury społecznej pola sztuki możemy określić mechanizmy urynkowania dzieł sztuki.

5. Rynek sztuki jako przykład rynku statusów

Podstawowym mechanizmem urynkowania dzieła sztuki jest mechanizm zamiany wartości ekspozycyjnej na jego wartość rynkową. To cyrkulacja dzieła, a właściwie jego reprezentacji między wspomnianymi wyżej aktorami – artystą, kuratorem bądź „galernikiem”, krytykiem i kolekcjonerem – wyznacza wartość rynkową. Powiązanie wartości rynkowej z ekspozycyjną wynika z tego, gdzie stworzone już dzieło sztuki trafi, kiedy zostanie wyeksponowane i w jakim kontekście. Luc Boltanski proponuje nazwać ową cyrkulację „wewnętrznym trybem cyrkulacji”, sugerując, że jest to *de facto* rynek „producentów” – a więc tych, którzy posiadając

dzieło sztuki, są zainteresowani utrzymaniem lub podwyższeniem wartości ekspozycyjnej oraz rynkowej (artyści, „galernicy”, muzealnicy, kolekcjonerzy). W innym przypadku aktorzy będą zainteresowani (re-)kwalifikacją jego znaczenia (np. krytycy, publiczność) (Boltanski, 2011). „Konsumpcja” sztuki w tym sensie jest raczej pochodną owej wewnętrznej cyrkulacji – dzieło sztuki jest pokazywane w pewnej aurze, której znaczenia pilnie strzeże się w trybie wewnętrznej cyrkulacji. To dzięki niej powstają granice, zapewniające ograniczoną podaż. To zaś sprawia, że dzieła sztuki nabierają charakteru dóbr, które łatwiej podlegają procesom spekulacyjnym (Toporowski, 2010). Tworzy się tym samym *rynek statusów* – wartość dzieła sztuki nie może być oderwana od kontekstu miejsca – przestrzeni, w której było i jest eksponowane, autora dzieła (i jego pozycji wśród artystów), czasu ekspozycji, a przede wszystkim – statusu tych, którzy jego wartość określają. Dzieło sztuki jako towar jest więc osadzone, otoczone pozaekonomicznymi regułami jego wyceny. Podobny mechanizm można zaobserwować na rynku mody, a do pewnego stopnia – także na masowym rynku tzw. show-biznesu, czy też na rynku restauracji, win etc. Status celebryty nie zależy jedynie od atrakcyjności fizycznej czy charyzmy danej osoby, ale także od tego, gdzie się pokazuje, z kim występuje etc. Dodajmy, że rynek statusów niekoniecznie musi się odnosić do dóbr luksusowych. Rynkiem statusów może być także rynek używanych ubrań (np. poprzez cyrkulację ich w świecie tzw. szafiarów), znaczków pocztowych, ale także – przynajmniej w rosnącym stopniu – telefonów komórkowych. Przy czym nie chodzi tu wyłącznie o kwestię zobietywizowanego i niezależnego od towaru statusu społecznego posiadaczy dóbr, ale raczej – o mechanizmy wartościowania – o uwikłanie tego procesu w relację między posiadającym a posia-

danym oraz o pozycje, jakie posiadający zajmuje względem innych posiadaczy.

6. Rynek standardów

Rynek kapitałowy zdaje się sytuować na przeciwnym końcu charakterystyki rynków wobec rynku sztuki. Na rynku kapitałowym uczestnicy wymiany, wyposażeni w przynajmniej formalnie ten sam pakiet informacji, podejmują na bieżąco decyzje dotyczące obrotu towarami (akcjami). Informacje o przedmiotach transakcji – akcje i instrumenty rynku kapitałowego, czy wreszcie kwantyfikowane liczby towarów (na giełdach towarowych), podlegają silnej standaryzacji: na poziomie zarówno zbieranych informacji, jak i abstrahowania od cech właściwych samym towarom, ku cechom istotnym w odniesieniu do dotychczasowych transakcji. By to zilustrować: fakt, że w ropie firmy X jest więcej składników czyniących ją bardziej wartościową, będzie istotny tylko wówczas, gdy pojawią się sprawdzone i uznane informacje, że właśnie kwestia składników, a nie – miejsca czy kosztów wydobycia lub transportu, zostaną uznane za decydujące dla wyceny. Wycena wydaje się raczej pochodną oceny podaży i popytu aniżeli właściwości produktów czy usług. A zatem zarówno same informacje o atrybutach towarów, jak i ramy informacji (zawarte choćby w szablonach raportów spółek) odwołują do standardów. Nie chodzi więc o to, by mieć szczegółową wiedzę o rynku sztuki, węgla czy miedzi, lecz by mieć umiejętność wychwytywania informacji, które są istotne dla zrozumienia tego, co decyduje o zysku spółek. O ile jeszcze tzw. analiza fundamentalna (odnosząca się do empirycznie weryfikowalnych cech spółki) oparta jest na informacjach znajdujących potwierdzenie w pewnej materialności czy namacalności, o tyle analiza techniczna oparta jest już wyłącznie na iden-

tyfikacji trendów na podstawie notowań spółek (Sławiński, 2006). Wyjątkowość produktów czy usług jest tu więc wtórna wobec analizy standardowych informacji. Pozwala to na sprawniejsze, szybsze i bardziej przejrzyste modelowanie rynku, jego szybką ocenę, a przede wszystkim – zachowanie jego płynności (ciągłości transakcji kupna i sprzedaży). Nie zapobiega to spekulacji – próbom podwyższania wartości towaru przez sam ruch (kupna i sprzedaży) i zachętę, by robili to także inni, niemniej zdaje się zapewniać większą racjonalność i porządek na rynku.

Rynek standardów to zatem taki rynek, na którym skala oceny i same wartości nie są zależne od osoby oceniającej ani też powiązane z tymi, którzy w tym rynku uczestniczą. Zauważalny jest dystans między obiektem (uczestnikiem wymiany, ale i towarem) a jego standardem wyceny. Na rynku tym istnienie sprawdzonych metod pomiaru, abstrahujących od tego, kto go dokonuje, jest kluczowe.

7. Dyspozytywy rynkowe

W cyrkulacji dzieł sztuki na rynku pojawiają się tzw. dyspozytywy rynkowe (*market devices*), takie jak licytacja czy ranking młodych artystów. Dyspozytywy rynkowe to „prosty sposób odwołania do materialnych i dyskursywnych zestawień, które interweniują w tworzenie rynków” (Muniesa, Millo, Callon, 2007, s. 5). W socjologii zwykło się to określać jako instytucje pośredniczące, narzędzia bądź mediatory (Parsons, 1991; Luhmann, 2007; Marody, Giza-Poleszczuk, 2004; Drozdowski, 2012), a co mogłoby być także zakwalifikowane jako instytucja. Z pojęciem instytucji łączy dyspozytyw rynkowy przyjęcie, że są to zestawy praktyk i regulujących je norm, względnie trwałych i społecznie reprodukowanych, które umożliwiają (w wersji mocniejszego programu) lub uła-

twiają (w wersji słabszego programu) koordynację społeczną. W przeciwieństwie do instytucji dyspozytyw rynku nie są raczej organizacjami ani też nie funkcjonują niejako w pewnej autonomii od praktyk społecznych (np. rodzina, władza), lecz zawsze pośredniczą między jednostkami, ale też między jednostkami (podmiotami) a (innymi) przedmiotami. Dyspozytywy nie są także narzędziami, tak jak rozumie się to w perspektywie badania praktyk, ze względu na fakt, że w ich definicji przyjmuje się pewną sprawczość: dyspozytywy nie tylko są używane, ale zachęcają do używania, a czasem wręcz do tego zmuszają, jednocześnie określając procedury, wedle których należy postępować (Schatzki, Knorr-Cetina, von Savigny, 2001). Pojęcie dyspozytywy ma zatem wskazywać na „dystrybucję sprawczości (*agencement*) pomiędzy różnego rodzaju elementy” (Muniesa, Millo, Callon, 2007, s. 6), umożliwiające społeczną koordynację. Stanie się ono jaśniejsze, gdy odniesiemy się do badanego studium. Aukcja sztuki to sposób na ustalenie ceny dzieła sztuki, a jednocześnie – jeden z tych sposobów ustalania ceny, który jest najbliższy ekonomicznemu modelowi wyceny (a raczej – modelom wyobrażonym przez ekonomistów...). Jednostki podejmują decyzje, kalkulując zyski i straty oraz ryzyko, w czasie rzeczywistym, wobec konkurencji – innych jednostek, także kalkulujących. W ten sposób najsprawniej – można by powiedzieć – ustalana jest cena równowagi, na którą w pewnym sensie wszyscy się zgadzają – płaci ten, kto da najwięcej, najwięcej ryzykując, ale jednocześnie ostatecznie nabywając towar. Wobec ekonomicznego modelu aukcja sztuki różni się tym, że biorący w niej udział nie muszą ujawniać swej tożsamości, wysyłając pośredników – reprezentantów lub komunikując się telefonicznie. W tym sensie aukcja ma cechy „czarnej skrzynki” – jest mechanizmem ustalania ceny, ale kto ostatecznie nabędzie towar, nie

musi być jasne. Znamy tylko ogólny mechanizm i ostateczny efekt jego działania – cenę dzieła sztuki. Ustalenie zasad licytacji samo w sobie może determinować dynamikę cen, definiowanie parametrów, które są istotne w ocenie towarów, czy wreszcie – określać reguły konkurencji (rywalizacji) (Karpik, 2010). Uporządkowanie licytacji powołuje więc rynek z jego sposobem kształtowania cen; jak pokazały analizy aukcji truskawek w jednym z regionów Francji, te reguły nie muszą dotyczyć złożonych rynków kapitałowych, czy szerzej – finansowych (Garcia-Parpet, 2007). Aukcja jest dyspozytywem rynkowym w tym sensie, że nie tylko określa reguły wymiany, ale także determinuje jej dynamikę oraz wiąże w specyficznym środowisku ludzi z rzeczami – jednostki z towarami.

Ranking artystów także jest dobrą ilustracją tego, czym jest dyspozytyw rynkowy. Najprościej rzecz ujmując, ranking artystów to zestawienie ocen wybranego grona jurorów – ekspertów, którzy przypisują określonej puli artystów (populacji) wartości liczbowe, określając hierarchię wedle przyjętych kryteriów. W przypadku na przykład „Kompasu Młodej Sztuki” – rankingu młodych artystów współczesnych w Polsce, opracowanym przez dziennik „Rzeczpospolita” kryterium, którym kierują się eksperci – przedstawiciele najważniejszych galerii publicznych i niepublicznych w Polsce, jest to, że oceniani artyści „w przyszłości powinni odnieść sukces i zająć trwałe miejsce na scenie naszego życia artystycznego” (Zboralska, 2014). Kryterium to ma organizować ranking. Ten zaś wiąże w jedno – uwspółmiernia skalę sztuki, ze skalą rynkową:

Ranking opisuje niezwykle interesujące zjawisko – zarówno artystyczne, jak i inwestycyjne – jakim jest twórczość młodych polskich artystów. [...] Suma subiektywnych wyborów złożyła się na obiektywną listę

obejmującą 216 artystów (w tym 6 grup artystycznych). Wielu z nich odnosi już sukcesy na zachodnich rynkach³.

Nie tylko odwołanie do logiki rynkowej jest ważne dla zrozumienia urynkowania, w którym poczesną funkcję odgrywają dyspozytywy rynkowe. Suma subiektywnych ocen jest transponowana w wartość liczbową – agregat, który nabiera cech obiektywności. Mamy więc dwa podstawowe mechanizmy urynkowania: kwantyfikację, której dokonuje samo narzędzie – ranking, oraz zespolenie subiektywizmu w uśrednioną wartość – coś, co na awersie ma arcyzm, a na rewersie – wartość pieniężną, rynkową. Tym samym choć ranking, oparty – jak można sądzić – na ocenie arcyzmu dokonywanej przez ekspertów – autorytety (pozycja w polu!), jednocześnie w szerszym wymiarze odnosi się do wartości inwestycyjnej, czy też po prostu rynkowej, obiecując przyszłe zyski oraz odwołując się do innej, szerszej przestrzeni:

Aż pięciu z pierwszej dziesiątki (Rafał Bujnowski, Jan Simon, Aneta Grzeszykowska, Marcin Maciejowski, Przemysław Matecki) to artyści związani z Rastrem, galerią, która od lat z sukcesem zajmuje się promowaniem polskiej sztuki, bierze udział w prestiżowych, największych na świecie targach sztuki – Art Basel w Bazylei. Świetnie wypadli także twórcy współpracujący z Fundacją Galerii Foksal (Robert Kuśmirowski), jedną z najważniejszych polskich galerii, obecnej także m.in. na Targach w Bazylei (Zboralska, 2014).

Widać tu wyraźnie, że uprawomocnieniem, ale i sensem rankingu jest odniesienie do międzynarodowego rynku sztuki – to jego hierar-

chie i mechanizmy, tworzące międzynarodowy rynek statusów, wyznaczają horyzont polskiej sztuki, młodych artystów, czy konkretnie – wyjątkowości (bądź nie) dzieła sztuki. W tym więc sensie lokalne wartościowanie ma być uśredniane, poprzez instytucje rynkowe, jakimi są targi sztuki (Bazylea, Londyn, Nowy Jork). „Bycie tu” – obecność na polskim rynku sztuki, a właściwie zajmowana na nim pozycja, jest jednocześnie efektem „bycia tam” – pozycji, a *de facto* – w ogóle obecności, w cyrkulacji dzieł sztuki na rynku międzynarodowym.

W konstrukcji dyspozytywów rynkowych znajdujemy zatem predyspozycje do działania (co jest promowane, w co warto inwestować). Nakierowują one także na to, co ma być istotne w wycenie rynkowej, a co pierwotnie atrybutu rynkowej wartości nie miało. Na przykład ranking artystów odwołuje do logiki wiążącej wartość artystyczną z międzynarodowymi rynkami, choć nie wprost, bo przez „sukces i trwałe miejsce na scenie życia artystycznego”. Przede wszystkim jednak, chcąc zrozumieć logikę urynkowania, możemy dostrzec, czym uśredniane są wartości rynkowe – do czego odwołuje „obiektywność pieniądza”, której szukali Simmel czy Weber. A więc w dyspozytywach rynkowych tkwią mechanizmy – niczym w czarnych skrzynkach – które nie muszą być zrozumiałe dla ich użytkowników dopóty, dopóki nie zostanie zakwestionowana ich efektywność bądź status na rynku.

Jeśli uznamy aukcje oraz rankingi artystów za dyspozytywy rynkowe działające na rynku sztuki, to możemy zapytać o ich funkcje – rodzaj wiązań, które swym działaniem tworzą. Aukcje pełnią funkcję weryfikatorów ceny, a jednocześnie są momentami, gdy dzieła sztuki jako towary są poddawane testowi (Boltanski, Thevenot, 2006). Test ten zarówno polega na weryfikacji ceny i jej wkomponowa-

³ http://www.kompasmlodejsztuki.pl/o_projekcie (data dostępu: 5.01.2014).

niu w istniejące stawki, jak i jest weryfikacją dla ekspertów – „galerników”, kuratorów, wreszcie artystów, na ile istniejące artykulacje wartości ekspozycyjnej znajdują odzwierciedlenie w wartości rynkowej. Aukcje należy uznać raczej za mechanizm weryfikacji aniżeli tworzenia zupełnie nowych wartości (pieniężnych bądź ekspozycyjnych). Przyczyną tego jest fakt, że na aukcje wystawiane są dzieła sztuki z tzw. rynku wtórnego – a więc te dzieła, które z rąk artysty trafiły do galerii, kolekcjonera lub marszanda, nabrały wartości ekspozycyjnej, przez szereg kontekstów ekspozycyjnych (miejsca, czasu, publiczności) i dopiero wówczas ich wartość wydaje się gotowa do wyceny przez licytację. Z kolei rankingi służą przede wszystkim stabilizacji rynku: oczekiwanie, jak będzie wyglądał rynek – w przypadku „Kompasu Młodej Sztuki”, czy też potwierdzanie wartości już uznanych artystów (ranking uznanych artystów w Polsce, „Kompas Sztuki”) pozwalają na potwierdzenie statusów dziś i jutro; a tym samym – stabilizację ceny dzieł sztuki. Bez względu na popularność „Kompasów” czy skalę licytacji, chodziło w tym miejscu jedynie o zasygnalizowanie, wedle jakich reguł organizowany jest rynek sztuki.

8. Z rynku sztuki na giełdę

Dom Aukcyjny Abbey House (AH) był instytucjonalną i organizacyjną hybrydą⁴. Po pierwsze, nazwa wskazywała na dom aukcyjny,

⁴ Niedługojsza spółka Dom Aukcyjny Abbey House, zarejestrowana w 2010 r., ulegała wielu metamorfozom: przekształcona została w Abbey House Group (część), a następnie włączona w kapitał Art News SA, która to z kolei przekształciła się w zarejestrowaną w Nowym Jorku Art News Ltd. W mojej analizie korzystałem przede wszystkim z materiałów zamieszczonych na stronie spółki, a także w serwisie „Infostrefa GPW”, strony notowań i informacji rynku NewConnect.

ale dość specyficzny – licytujący właściwie wyłącznie dzieła sztuki współczesnych artystów, podczas gdy większość transakcji i te o najwyższej wartości na polskim rynku dotyczą dzieł sztuki powstałych co najmniej przed II wojną światową. Po drugie, Abbey House był rodzajem galerii, czy też raczej – manufaktury dzieł sztuki. Wybrani przez spółkę artyści, w zamian za comiesięczną pensję – grant, tworzyli dzieła sztuki, spośród których część stawała się własnością spółki. Z kolei część posiadanych przez spółkę dzieł trafiała do tzw. skarbcza, a część – do obrotu rynkowego, bezpośrednio. Po trzecie wreszcie, Abbey House był spółką oferującą produkty oraz doradztwo w zakresie inwestowania w sztukę jako alternatywnej strategii inwestycyjnej. Spółka Abbey House była ponadto spółką giełdową, notowaną na rynku NewConnect. W aktywach spółki znajdowały się także pakiety kontrolujące spółkę wydającą pismo „Art & Biznes”, właściwie jedyne tak długo istniejące pismo poświęcone sztuce i rynkowi sztuki w Polsce. Dom Aukcyjny Abbey House był częścią Abbey House Group w latach 2013–2014, która w 2014 r. została włączona w kapitał spółki Art News SA, a ta z kolei przekształciła się w spółkę, zarejestrowaną w Nowym Jorku, Art News Ltd.

Połączenie funkcji domu aukcyjnego z funkcją galerii, która opiekuje się grupą artystów, wiąże dwie, odmienne funkcje i pozycje na rynku sztuki: organizacji, która zajmuje się obrotem dziełami sztuki, z organizacją, która zajmuje się „produkcją” dzieł sztuki. Upraszczając, to tak jakby połączyć produkcję z dystrybucją towaru. Hybrydalność tej organizacji polega na tym, że jednocześnie spółka zajmuje się tym, czym do tej pory zajmowały się domy aukcyjne – obrotem dziełami sztuki na rynku wtórnym, z funkcją galerii, której podstawowym zadaniem jest organizacja rynku pierwotnego – dbanie o wartość

ekspozycyjną i wymienną dzieł sztuki artystów skupionych wokół galerii i przez nią reprezentowanych. Kontrola nad spółką wydającą miesięcznik „Art & Biznes” jednocześnie oznacza, że Abbey House ma wpływ na tworzenie cyrkulacji informacji o obrocie sztuką – o wartości ekspozycyjnej oraz wymiennej dzieł sztuki. Podkreślić należy, że Abbey House skupił się wyłącznie na obrocie dzieł sztuki współczesnej, a więc takich dzieł, których wartość jest najmniej stabilna i zakorzeniona w funkcjonującym rynku sztuki.

Włączenie do usług Abbey House lokaty czy leasingu obrazu było kolejnymi operacjami, które na bazie tego samego desygnatu – kolekcji dzieł sztuki Abbey House, miały pomnażać kapitał inwestorów, zapewniając im pewien poziom zysków, a jednocześnie – podnosić kapitał samego Abbey House, poprzez pomnażanie aktywów. Można więc powiedzieć, że Abbey House stał się spółką, która pełniąc wiele funkcji na rynku sztuki, starała się powiązać zinstytucjonalizowane formy rynku finansowego (lokata, leasing, fundusz inwestycyjny) z cyrkulacją dzieł sztuki, traktując te ostatnie niemal wyłącznie jako ekwiwalenty wartości finansowej. Służyć temu miały aukcje, prowadzone przez Abbey House. Jeśli np. obraz Anny Szprynger, malarki współpracującej ze spółką, osiągnął cenę 35 tys. złotych na aukcji, to poprzez porównanie z podobnymi dziełami oraz ekstrapolację cen na kolekcję należącą do Abbey House wyceniany był kapitał spółki, a zarazem – potencjalne przychody z obrotu dziełami sztuki Anny Szprynger. Tym samym aukcje nie tyle potwierdzały wartość ekspozycyjną oraz weryfikowały pozycje artystów i dzieł sztuki, ile literalnie, przez „czarną skrzynkę” aukcji, wyceniały dopiero co powstałe obrazy.

Spółka promowała obrót dziełami sztuki nie tylko i nie przede wszystkim jako towaru przy-

należnego do rynku sztuki, lecz szerzej – jako towaru przynależnego do kategorii rynku dóbr luksusowych. Ta rekwaliifikacja towaru była bardzo znacząca: podczas gdy roczne obroty dziełami sztuki (w ogóle) w Polsce osiągały kilkadziesiąt milionów złotych, choć większość transakcji (zarejestrowanych) nie przekraczała parunastu tysięcy złotych, potencjalna wartość rynku dóbr luksusowych wyceniana była w 2011 r. przez firmę doradcą KPMG na kilkadziesiąt miliardów złotych (Marczak, 2011). I choć z perspektywy raportu udział dzieł sztuki był w tym obrocie relatywnie niewielki, samo zakwalifikowanie przez Abbey House dzieł sztuki jako dobra luksusowego zmieniało punkt odniesienia oraz potencjalny przynajmniej charakter obrotu tego typu towarem. Rekwaliifikacja miała także znaczenie dla oferty wobec inwestorów: atrakcyjność rynku dóbr luksusowych polega głównie na tym – jak argumentowało Abbey House, odwołując się do opracowań światowych na ten temat – że rynek ten jest odporny na ryzyko dekonstrukcji, funkcjonuje niezależnie, a wręcz wbrew cyklom koniunkturalnym. Tym samym dzieła sztuki miały stać się dobrem, w które warto inwestować pomimo dekonstrukcji i ze zminimalizowanym ryzykiem związanym z utratą wartości podczas kryzysów gospodarczych. Abbey House, odwołując się do raportów własnych, a także innych podmiotów, przedstawiało polski rynek dzieł sztuki jako niedocenione i znacznie niedowartościowane dobra luksusowe, których wartość będzie znacznie rosła.

Informacje o spółce zaczęły przykuwać uwagę przedstawicieli rynku sztuki, dziennikarzy i przedstawicieli świata artystycznego, gdy okazało się, że na jednej z pierwszych aukcji Abbey House został sprzedany obraz debiutującej artystki Agaty Kleczewskiej za sumę 160 tys. złotych. To suma uprzednio „zarezerwowana” dla

uznanych artystów, których dzieła sztuki, posiadając już uznaną wartość ekspozycyjną, mogły być wystawione do obrotu na rynku wtórnym. Po 1989 r., a więc od momentu powstania rynku sztuki w Polsce, żadne dzieło sztuki artysty urodzonego po 1973 r. nie osiągnęło takiej sumy. Artystka była powiązana z Abbey House i współpracowała z AH jako galerią. Jej wcześniejsze dzieła, jeśli w ogóle były sprzedawane, osiągały wartość 1–2 tys. złotych. W ten sposób Abbey House złamał zasady cyrkulacji dzieł sztuki na rynku: wytworzył wartość wymienną dzieła sztuki niejako bez wartości ekspozycyjnej. Jednocześnie w tym celu został użyty dyspozytyw rynkowy – aukcja, w której inwestorzy kupujący licytowane dzieła sztuki mogą pozostać – i pozostali – nieznanymi szerszej publiczności. Na koncie spółki pojawił się zatem kapitał, którego wartość została ustanowiona w „czarnej skrzynce” aukcji. Agata Kleczewska wówczas, jak i teraz nie pojawiła się w rankingu „Kompas Młodej Sztuki”, nie brała także udziału w żadnej znaczącej wystawie zbiorowej bądź indywidualnej. Abbey House wystawiał na swych aukcjach dzieła sztuki grupy artystów związanej ze spółką kontraktami wielokrotnie, generując kolejny obrót kapitałem oraz notując kolejne zyski. Były one istotne dla drugiego wymiaru działalności tej spółki: od 2010 r. była to spółka giełdowa, notowana na rynku NewConnect Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Tym samym informacje o obrocie dziełami sztuki były informacjami dla potencjalnych i realnych inwestorów giełdowych o zyskach i obrocie spółki. Cyrkulacja cen na rynku sztuki miała więc – a przynajmniej mogła mieć – implikacje dla ustanawiania obrotu akcjami spółki Abbey House, jej wyceny na rynku kapitałowym. Jako spółka giełdowa Abbey House uprawomocniał swą wartość jako podmiotu gospodarczego na rynku w ogóle, a jako spółka giełdowa – wciąż

odnotowywał kolejne zyski, opierając się przede wszystkim na informacjach o zakończonych aukcjach i sprzedanych dziełach ze swej kolekcji. Skoro funkcjonuje na rynku kapitałowym, na rynku standardów i im podlega, to znaczy, że działa efektywnie – można by odtworzyć zasadę tego mechanizmu wskazywaną w wywiadach z właścicielami i zarządzającymi spółką. Emisja kolejnych akcji spółki opiewała zatem na emisję podmiotu, którego wartość rosła głównie poprzez wycenę dzieł sztuki, stanowiących przedmiot obrotu przez Abbey House jako dom aukcyjny oraz podmiot zajmujący się obrotem dobrami luksusowymi.

Działalność Abbey House była niemal od początku kontestowana przez przedstawicieli świata sztuki oraz rynku sztuki. Wyrazem tej krytyki było powstanie profilu „Wspieraj sztukę nie PR” w serwisie społecznościowym Facebook. Krytyka działalności Abbey House mogłaby stanowić przedmiot odrębnej analizy. Tu warto tylko zaznaczyć, że reakcje przedstawicieli rynku sztuki układały się w następujące argumenty: o tym, że działalność Abbey House to spekulacja na rynku sztuki (sztuczne zawyżanie wartości niektórych dzieł sztuki), to działanie wbrew dotychczasowej logice rynku, niekompetencja w ocenie i ustanawianiu wartości ekspozycyjnej dzieł, wreszcie – rekwalkifikowanie dzieł sztuki jako towaru *tout court*. W istocie zaś działalność Abbey House godziła w dotychczasowe reguły cyrkulacji towaru na rynku statusowym.

Po pierwsze, Abbey House starał się stworzyć własny, niezależny od dotychczasowego obrót dziełami sztuki współczesnej; niezależnie od istniejących cyrkulacji dzieł sztuki, a przede wszystkim – z nietypowym wykorzystaniem dyspozytywu rynkowego, jakim jest aukcja. Spółka zupełnie ignorowała kontekst funkcjonowania aukcji jako ustanawiania wartości wymiennej na

tym rynku, powiązanej z cyrkulacją dzieła w porządku wartości ekspozycyjnej. Gromadzenie przez Abbey House dzieł sztuki artystów, którzy współpracowali ze spółką, jednocześnie sugerowało, że skoro dzieła tych artystów są przedmiotem obrotu (poprzez aukcje w domu aukcyjnym Abbey House), to w przyszłości ich wartość będzie mogła jedynie rosnąć. Stąd płynęły informacje i argumentacje o pewności inwestycji w spółkę. Abbey House tym samym świetnie wykorzystał zasady obowiązujące na rynku kapitałowym: inwestorzy na ogół nie pytają się o metody wyceny towaru dopóty, dopóki nie mają podstaw do zakwestionowania albo instytucji, która tego dokonuje, albo też – wiarygodności samej instytucji. Informacje docierające do nich poprzez raporty spółki opisywały obrót towarami, nie zaś ich wartość ekspozycyjną bądź spory wokół niej, bo te, choć toczyły się publicznie, angażowały uczestników lub obserwatorów rynku sztuki, w jego dotychczasowym kształcie i z jego dotychczasową cyrkulacją informacji, oderwaną od rynku finansowego.

Po drugie, Abbey House zmierzał do rekwalifikacji zarówno samego towaru – dzieł sztuki, jak i całego rynku sztuki, z opartego na statusach ku rynkowi standardów, na którym konkurujące podmioty używają neutralnych narzędzi (np. aukcji, rozumianych tak jak w ekonomii, czy raportów o rynku sztuki) do tego, by uczestniczyć w wymianie rynkowej.

Po trzecie, spółka ta – zgodnie z tendencjami na dotychczas funkcjonującym rynku sztuki – także zabiegała o swe uprawnomocnienie poprzez globalne rynki: sztuki i dóbr luksusowych. Temu służyć miały alianse strategiczne oraz akwizycje bądź powiązania kapitałowe z międzynarodowymi spółkami zajmującymi się obrotem informacjami o rynku sztuki. Dodatkowym, niejako wizerunkowym przedsięwzięciem był wynajem sal wystawienniczych w kompleksie budynków

należących do Galerii Saatchi – jednej z najbardziej prestiżowych galerii na rynku globalnym po to, by zorganizować wystawę „Polish Art Now” – kwalifikowaną jako wystawa współczesnych dzieł polskiej sztuki, w istocie zaś będącą wystawą przede wszystkim dzieł sztuki artystów związanych z Abbey House. Angielska kuratorka czy też wnętrza Galerii Saatchi miały być jednocześnie symbolem sukcesu spółki na rynku lokalnym oraz sygnałem o jej globalnych ambicjach. Zasadniczo więc – spółka przyjęła podobną zasadę cyrkulacji wartości dzieł sztuki jak w przypadku dotychczasowego rynku lokalnego sztuki. Status na rynku międzynarodowym, a w rzeczywistości po prostu obecność w miejscu, które miało pełnić rolę desygnatu prestiżowego rynku globalnego, miały uprawnomocnić działalność spółki na rynku lokalnym, jakkolwiek negatywnie byłaby ona postrzegana przez ten dotychczasowy rynek lokalny. Tym samym można pokusić się o tezę, że Abbey House zmierzał i wciąż zmierza do stworzenia alternatywnego rynku sztuki w Polsce, z jego własnym systemem wyceny i cyrkulacji towaru. Mechanizm, który tę wartość wytwarza, jest jednak podobny: uprawnomocnienie swej pozycji lokalnej poprzez próbę legitymizacji swej pozycji na rynku globalnym. Bez względu na ostateczne efekty biznesowe kolejnych działań Abbey House, można w tym miejscu skupić się na wnioskach dotyczących przedmiotu niniejszej analizy – sposobów wartościowania oraz wyceny.

9. Wnioski

Jeśli przyjąć perspektywę „rynku przeciw kulturze”, opisane powyżej procesy związane z rynkiem sztuki wpisują się w globalny i uniwersalny proces utowarowienia. Obserwujemy kolejne przekształcenia dóbr w towary, które stanowią coraz bardziej zaawansowane procesy

fetyszyzacji towarów. Taka perspektywa nie problematyzuje specyficznego charakteru rynku sztuki w ogóle, a tym bardziej w Polsce. Jednocześnie nie pozwala ona dostrzec, że nawet dla samych aktorów wymiany, uczestników rynku, cena i wycena oraz wartościowanie dóbr to procesy, które bywają arbitralne. Nie mają także statusu obiektywności, której każdy uczestnik wymiany się podporządkowuje. Wymiana rynkowa nie jest procesem obiektywnym, ani z perspektywy obserwatorów (czyli np. analizujących rynek sztuki w sposób przedstawiony w niniejszej analizie), ani z punktu widzenia samych uczestników rynku. Decyduje o tym raczej pozycja, którą się na nim zajmuje, aniżeli sama zasada wyceny, np. poprzez aukcje. Choć to, jakim dyspozytywem rynkowym posłużą się wyceniający, może już mieć znaczenie zasadnicze. Z perspektywy, w której podkreśla się autonomię poszczególnych sfer (podsystemów) koordynacji społecznej, jak np. gospodarka, kultura i sztuka czy system prawny, opisany proces wydaje się stanowić przykład procesu, w którym logika rynkowa kolonizuje obszar autonomicznie wytwarzanych dóbr; wartości, które nie mogą być zredukowane do ich wyceny, rynkowego ekwiwalentu. Taka perspektywa jednak nie problematyzuje samego procesu urynkowania – mechanizmów, dzięki którym rynek działa, a tym bardziej – dyspozytywów, które czynią ten rynek bardziej płynnym, choć niekoniecznie bardziej przejrzystym. Można więc podać argumenty na rzecz zachowania autonomii np. sztuki czy ludzkiego ciała, nabierają one jednak charakteru bardziej moralnego roszczenia aniżeli twierdzenia naukowego, bo w istocie nie wskazują jasno na przyczynę „pędu ku utowarowieniu”.

Dopiero gdy przyjmie się perspektywę, która problematyzuje proces urynkowania, dostrzec można w opisywanych procesach uwarunko-

wania instytucjonalne oraz społeczne relacje między uczestnikami, które decydują o logice wartościowania oraz wyceny. W analizie samego rynku sztuki oraz działalności Abbey House zwrócono uwagę na relacje między „rzeczą” – dobrem, w tym przypadku – dziełem sztuki, a podmiotem (właścicielem, kolekcjonerem, „galernikiem”), który ową rzecz nabywa. Relacja ta w różny sposób nie tylko angażuje samego posiadającego (z jego satysfakcją jako posiadacza), ale przede wszystkim wprowadza różne mechanizmy oceny i wyceny. „Pęd ku utowarowieniu” w tym kontekście można zinterpretować jako dążenie (Abbey House) do rekwalifikacji przedmiotu obrotu oraz mechanizmów wyceny tak, by powstały rynek mógł być lepiej i korzystniej wkomponowany w te obiegi pieniądza, które pozwalają na większą zyskowność.

Wskazano na dwie logiki tworzenia wartości, wśród których wycena jest odnoszona i zestawiona z wartością dzieła. Jednocześnie analiza miała na celu zrozumienie wartości ekspozycyjnej – jej właściwości, w kontekście polskiego rynku sztuki. Mechanizm wartościowania i przebiegający równolegle mechanizm wyceny zdają się więc mieć swą lokalną, polską specyfikę. Polega ona na „podwójnym odbiciu” – wartość ekspozycyjna dzieła sztuki jest wiązana z aktualnymi lub przyszłymi jego wartościowaniami na międzynarodowym rynku sztuki, lub też przynajmniej – na poziomie ogólnopolskiego obiegu dzieł, wedle logiki statusów i pozycji zajmowanych przez instytucje na rynku. Oceniając dzieło sztuki, inwestor ogląda je w odniesieniu do dotychczasowych, lokalnych cen, ale jednocześnie szacuje potencjał międzynarodowej oceny i wyceny. Mówiąc prościej – to, gdzie lub w czyje ręce dzieło sztuki trafi, jest niemal równie ważne jak jego pierwotna bądź wcześniejsza cena. Rynek osiąga równowagę wówczas, gdy zarówno dotychczasowe, jak i aktualne wyceny

odnoszą się do tego systemu znaczeń – pozycji różnych podmiotów na rynku, wśród nich – artystów, marszandów, „galerników”, kuratorów i krytyków sztuki. Pojawienie się zupełnie innych, nowych działań (Abbey House) powoduje integrację istniejącego rynku sztuki wokół walki z obcym ciałem, a więc wywołuje pojawienie się swoistej „immunologii” cyrkulujących wartości, nawet jeśli one także odwołują się wprost do dzieła sztuki jako towaru. Zatem nie tyle samo utowarowienie stanowi o procesach, jakim poddawane są dzieła sztuki pod wpływem cyrkulacji na rynku, ile raczej jego społeczne (instytucjonalne, organizacyjne) oraz kulturowe zakorzenienie zdaje się decydować o statusie rynkowym dzieł sztuki, ale także szerzej – ich wartościach ekspozycyjnych. Można więc powiedzieć, że spłot rynku i artyzmu jest niemal immanentny. Wydaje się konstytuujący dla cyrkulacji wartości, jednocześnie jednak podlega on grze statusów. Stabilność rynku sztuki nie jest więc osiągnana poprzez wprowadzanie coraz to bardziej obiektywizujących miar oraz standardów charakterystycznych dla rynku kapitałowego. Wartość rynkowa dzieła sztuki jest raczej ustanawiana w wyniku negocjacji, a nieco ogólniej – interakcji, w której zestawiane są: arbitralność estetycznego doświadczenia z intersubiektywnie wytwarzanymi kryteriami oceny i wyceny, zawartymi *explicite* w ocenach dzieł sztuki oraz *implicite* w zasadach cyrkulacji oraz dyspozytywach rynkowych. Użytek czyniony z dyspozytywów rynkowych nie jest w tym kontekście neutralny: ich konstrukcja oraz pragmatyka użycia na ogół w sposób niewidoczny dla samych uczestników rynku formuje relacje między nimi samymi oraz między nimi a dziełami sztuki.

Nie można zatem w tym wypadku mówić o przemożnym urynkowaniu i utowarowieniu, lecz o wielu mechanizmach decydujących

o specyfice rynku. Jest to także szansa na zrozumienie logiki ich zmiany oraz ewentualnego regulowania. Różne porządki wartościowania są osadzone na różnie skonstruowanych rynkach. Odkrycie ich zasad konstrukcji oraz społecznego zróżnicowania, które ma na nie wpływ, pozwala lepiej zrozumieć spory wokół spieniężenia i utowarowienia oraz wskazać na stawki w konfliktach wokół tego procesu. Jednocześnie można w ten sposób uniknąć przyjmowania perspektywy, w której procesami utowarowienia rządzą zobiektywizowane, determinizujące procesy urzeczowienia.

Jeśli przyjąć, że działania Abbey House oburzają proces transformacji wartości dzieła sztuki, to z pewnością nie jest to po prostu proces jego urynkowania czy kapitalizacji, lecz raczej zmiany zestawienia relacji i instytucji, w których dzieła sztuki, a przede wszystkim ich wartości i wyceny miałyby cyrkulować. W reakcji przeciw działalności Abbey House nie ma więc przeciwstawienia sztuce – rynku, lecz raczej jednemu rodzajowi konstrukcji rynku – innego rodzaju, innej jego kwalifikacji.

Płynie stąd jeszcze jeden ważny wniosek dla rozumienia urynkowania. Podobnie jak w analizach Polanyi’ego, urynkowanie budzi kontruch, reakcję instytucji, jednostek, społeczności, które odwołują się do innych porządków wartościowań, związanych z rzeczami które mają podlegać rynkowej wymianie. Te reakcje mają charakter nie tyle konkurencji rynkowej *tout court*, ile raczej społecznej rywalizacji między różnorodnymi instytucjami.

W tym kontekście towary zdają się przedstawiać konsumentom – w tym wypadku szeroko rozumianej publiczności, a zarazem – inwestorom w dzieła sztuki, jako emblematy wartości. Prowadzone są o nie spory o znaczenia (symbole), a przede wszystkim – o prawomocność instytucji, które do oceny i wyceny przystępują.

Sklania to do przyjęcia takiej perspektywy, która Harrisonowi White'owi pozwoliła na stworzenie socjologicznej teorii rynków: logika wymiany – w dużym uproszczeniu – zależy przede wszystkim od „producentów”, którzy skupiają się przynajmniej w równym stopniu na komunikacji i obserwacji konsumentów co obserwacji i pozycjonowaniu siebie względem innych producentów – konkurentów bądź kooperantów na rynku (White, 1981). Konsumentom odnoszą się wobec towarów i wybierają na podstawie ich obserwacji te, które wiążą identyfikację towaru z nimi samymi, z ich tożsamością. Ta socjologiczna propozycja definicji rynku zbiega się ze współczesnymi analizami natury psychologicznych mechanizmów postrzegania i używania pieniędzy: symboliczne i emocjonalne aspekty pieniądza odnoszą się raczej do autopercepcji oraz poczucia sprawczości podmiotów, nie zaś do ich potrzeb oraz kalkulacji (por. Gąsiorowska, 2014). Modyfikacją tej perspektywy byłoby wskazanie, że znaczenie towaru powstaje w wyniku wzajemnych relacji między „producentami” bądź dystrybutorami, przede wszystkim, a następnie jest kontekstualizowane i reinterpretowane przez konsumentów. Producenci i dystrybutorzy nie tyle określają, co konsumenci mają kupić, ile wytwarzają kategorie – wartości, wobec których konsumenci określają swą identyfikację. Taka perspektywa z jednej strony sprawia, że wymiana rynkowa przestaje być przedmiotem wyłącznie opisu ekonomistów, traktowanym jako jedyny obiektywny i adekwatny. Pozwala zatem spojrzeć na rynek jako konstrukt społeczny. Z drugiej natomiast implikuje, że odejście od logiki rynkowej, odwrócenie od rynku jest procesem dużo bardziej złożonym współcześnie. Związane to jest z faktem, że wartości pozarynkowe są powiązane w procesy cyrkulacji wartości rynkowych i wzajemnie są od siebie zależne. Przynajmniej taką hipotezę

można by sformułować na podstawie opisywanego przypadku. Niniejsza analiza może być odniesiona nie tylko do rynków wyróżniających się grą statusów. Można wyobrazić sobie podobne poszukiwanie zasad urynkowania w porządku instytucjonalnym oraz mechanizmach, które generują dyspozytywy rynkowe, wobec takich dóbr jak zdrowie czy bezpieczeństwo. Zakorzenie rynków pozwala także dostrzec, że towary mają swą historię wartościowania. Z tej perspektywy na przykład historia wartościowania węgla czy statków w Polsce pozwoliłaby prawdopodobnie lepiej zrozumieć rynkowe i nierynkowe mechanizmy wyceny tych towarów współcześnie, nie tylko z perspektywy politycznych konfliktów wokół sektora górniczego czy stoczniowego. Analiza zakorzenia tych rynków może więcej powiedzieć o barierach i czynnikach sprawczych utowarowienia (bądź oporów wobec niego) aniżeli sama obserwacja cen w kontekście lokalnym i globalnym. Z pewnością taka hipoteza wymagałaby dalszych badań. Niemniej przedstawiona perspektywa pozwala uniknąć zbyt upraszczającego, jak się zdaje, przeciwstawienia rynku społeczeństwu czy kulturze.

Literatura

- Aspers, P. (2006). *Status Markets and Standard Markets in the Global Garment Industry*. MPIfG Discussion Paper, Kolonia: MPIfG – Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.
- Benjamin, W. (1975). *Twórca jako wytwórca*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Berman, M. (2006). *Wszystko, co stałe, rozplywa się w powietrzu: rzecz o doświadczeniu nowoczesności*. Kraków: Universitas.
- Boltanski, L. (2011). Od rzeczy do dzieła. Procesy atrybucji i nadawania wartości przedmiotom. W: J. Sowa i in.,

- Wieczna radość: Ekonomia polityczna społecznej kreatywności.* Warszawa: Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana.
- Boltanski, L., Thevenot, L. (2006). *On Justification: Economies of Worth.* Princeton: Princeton University Press.
- Borcuch, A. (2010). *Pieniądz w ekonomii i socjologii.* Warszawa: CeDeWu.
- Bourdieu, P. (2001). *Reguły sztuki: Geneza i struktura pola literackiego.* Kraków: Universitas.
- Dodd, N. (2014). *The Social Life of Money.* Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Drozdowski, R. (2012). Kontraktowanie codzienności, czyli jak można lepiej zintegrować socjologię codzienności z socjologią. W: T. Maślanka, K. Strzyczkowski (red.), *Między rutyną a refleksyjnością. Praktyki kulturowe i strategie życia codziennego.* Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Espeland, W.N., Stevens, M.L. (1998). Commensuration as a Social Process. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 313–43.
- Fiske, A.P., Tetlock, P.E. (1997). Taboo Trade-offs: Reactions to Transactions That Transgress the Spheres of Justice. *Political Psychology*, 18, 255–297. DOI: 10.1111/0162-895X.00058.
- Garcia-Parpet, M.-F. (2007). The Social Construction of a Perfect Market: The Strawberry Auction at Fontaines-en-Sologne. W: D.A. MacKenzie, F. Muniesa, L. Siu, *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics.* Princeton: Princeton University Press.
- Gąsiorowska, A. (2014). *Psychologiczne znaczenie pieniędzy. Dlaczego pieniądze wywołują koncentrację na sobie?* Warszawa: PWN.
- Gell, A. (1998). *Art and Agency: An Anthropological Theory.* Oxford: Oxford University Press.
- Górnik-Durose, M. (2002). *Psychologiczne aspekty posiadania – między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr materialnych.* Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Górnik-Durose, M., Janiec, K. (2010). Merkantylizm psychiczny. Struktura celów życiowych a poczucie dobrostanu psychologicznego. W: A.M. Zawadzka, M. Górnik-Durose (red.), *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności* (s. 142–160). Sopot: GWP.
- Hardt, M., Negri, A. (2005). *Imperium.* Warszawa: W.A.B.
- Hutter, M., Throsby, D. (2008). *Beyond Price: Value in Culture, Economics, and the Arts.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Karpik, L. (2010). *Valuing the Unique: The Economics of Singularities.* Princeton: Princeton University Press.
- Krippner, G.R. (2002). The Elusive Market: Embeddedness and the Paradigm of Economic Sociology. *Theory and Society*, 30(6), 775–810. DOI: 10.1023/A:1013330324198.
- Luhmann, N. (2007). Systemy społeczne: zarys ogólnej teorii. W: *Współczesne teorie socjologiczne.* Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Lukács, G. (2013). *Historia i świadomość klasowa: studia o marksistowskiej dialektyce.* Warszawa: PWN.
- Marczak, A. (red.) (2011). *Rynek dóbr luksusowych w Polsce.* Warszawa: KPMG, pobrane z: <https://www.kpmg.com/PL/.../rynek-dobr-luksusowych-w-polsce-2013.pdf>.
- Marks, K. (1951). *Dzieła.* Tom 1: *Kapitał*, Księga 1: *Proces wytwarzania kapitału.* Warszawa: Książka i Wiedza.
- Marody, M., Giza-Poleszczuk, A. (2004). *Przemiany więzi społecznych: Zarys teorii zmiany społecznej.* Warszawa: Scholar.
- Muniesa, F., Millo, Y., Callon, M. (red.) (2007). *Market devices.* Blackwell.
- Parsons, T. (1991). *Social System.* London: Routledge.
- Podolny, J.M. (2008). *Status Signals: A Sociological Study of Market Competition.* Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Polanyi, K. (2010). *Wielka transformacja: polityczne i ekonomiczne źródła naszych czasów.* Warszawa: PWN.
- Sandel, M.J. (2012). *Czego nie można kupić za pieniądze: moralne granice rynku.* Warszawa: Kurhaus Publishing.
- Schatzki, T.R., Knorr-Cetina, K., von Savigny, E. (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory.* London: Psychology Press.
- Simmel, G. (1997). *Filozofia pieniądza.* Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora.

- Sławiński, A. (2006). *Rynki finansowe*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Thompson, E.P. (1967). Time, Work-Discipline, and Industrial Capitalism. *Past & Present*, 38(1), 56–97.
- Toporowski, J. (2010). Objects of Desire as Objects of Speculation. W: A.M. Zawadzka, M. Górnik-Durose (red.), *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności* (s. 64–71). Sopot: GWP.
- Weber, M. (2006). *Teoria stopni i kierunków religijnego odrzucenia świata*. W: *Socjologia religii: Dzieła zebrane: Etyka gospodarcza religii światowych*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- White, H. (1981). Where Do Markets Come From? *American Journal of Sociology*, 87(3), 517–47.
- Zawadzka, A.M., Górnik-Durose, M. (red.) (2010). *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu: psychologiczne ścieżki współzależności*. Sopot: GPW.
- Zboralska, K. (2014). *Ranking młodych polskich artystów*. Pobrane z: <http://www.ekonomia.rp.pl/artyku-1/706713,1160439-Kompas-Mlodej-Sztuki-2014-Ranking-mlodych-polskich-artystow.html> (data dostępu: 5.01.2014).
- Zelizer, V.A. (2005). *The Purchase of Intimacy*. Princeton University Press.