

Міністерство культури та інформаційної політики України
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
Інститут практичної культурології та арт-менеджменту
Кафедра мистецтвознавчої експертизи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему:

«АРТПРОСТІР ЦИФРОВОГО ТА ІНТЕРАКТИВНОГО МИСТЕЦТВА»

Виконав:

студент II курсу групи ММЕ
зі спеціальності 023 «Образотворче
мистецтво, декоративне мистецтво,
реставрація»

Євсев'єв Дмитро Володимирович

Науковий керівник: Максимов С. Й.
канд. фіз.-мат. наук, професор

Рецензент: Лампека М. Г., канд.
мистецтвознавства, доц. кафедри
комп'ютерної, інженерної графіки та дизайну
Національного транспортного університету

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри № ____ від _____ 2021 р

Завідувач кафедри мистецтвознавчої експертизи

Професор Федорук О.К.

Київ - 2021

Євсев'єв Д. В. Артпростір цифрового та інтерактивного мистецтва –
Магістерська робота на правах рукопису.

Магістерська робота за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація» - Національна академія керівних кадрів
культури і мистецтв, Київ, 2021.

АНОТАЦІЯ

Роботу присвячено дослідженню артпростору цифрового та інтерактивного мистецтва як актуального та важливого сьогодні для аналізу різновиду ринку, на якому створюються, просуваються, споживаються художні продукти.

Розглянуто особливості формування артпросторів для створення середовища, що є відповідними до соціальних, культурних і технічних вимог щодо організації та проведення заходів, таких як: організації експозицій сучасного мистецтва, пов'язаних із застосуванням комп'ютерних технологій, систем віртуальної і доповненої реальності, 3D-мепінга тощо.

Зазначено неоднозначність впливу процесу цифровізації на артринок. Завдяки цифровізації, з'являється можливість познайомити велику аудиторією споживачів з об'єктом мистецтва. Охарактеризовано запровадження нових цифрових технологій на прикладі блокчейну.

Розкрито та обґрунтовано неоднозначність впливу процесу цифровізації на артринок. Цифрові технології досягли такого рівня розвитку, що дають абсолютно нові можливості для творчості та його сприйняття. Слід зазначити про деякі такі можливості, які на сьогодні є сучасними, наприклад, цифрові технології додали нового композиційним творам. Основною ознакою, відмінністю мистецтва є те, що на відміну від класичного мистецтва, який будується на виявленні потреб споживачів та їх задоволенні, у цифровому мистецтві ключовим елементом є мистецький твір, який розташований на інтернет-ресурсах та соціальних мережах, створений

художником твір на цифровому артринку шукає свого споживача. При збалансованому використанні куратором інструментів привернення уваги глядача відриваються нові перспективи діалогу з мистецтвом в артпросторі.

Ключові слова: артпростір, цифрове мистецтво, інтерактивне мистецтво, артпродукт, артоб'єкт.

SUMMARY

The work is devoted to the study of the art space of digital and interactive art as relevant and important today for the analysis of the type of market in which artistic products are created, promoted and consumed.

The peculiarities of the formation of artrosters to create an environment that meets the social, cultural and technical requirements for the organization and conduct of events such as: organization of exhibitions of contemporary art related to computer technology, virtual and augmented reality systems, 3D- mapping, etc.

The ambiguity of the impact of the digitization process on the art market is noted. Thanks to digitalization, it is possible to acquaint a large audience of consumers with the object of art. The introduction of new digital technologies on the example of blockchain is characterized.

The ambiguity of the impact of the digitization process on the art market has been revealed and substantiated. Digital technologies have reached such a level of development that provide completely new opportunities for creativity and its perception. It should be noted about some of the opportunities that are modern today, for example, digital technology has added new compositional works. The main feature of art is that, unlike classical art, which is based on identifying the needs of consumers and their satisfaction, in digital art a key element is a work of art, which is located on Internet resources and social networks, created by the artist in the digital art market. looking for its consumer. With the balanced use of the curator's tools to attract the viewer's attention, new perspectives of dialogue with art in the art space emerge.

Keywords: art space, digital art, interactive art, art product, art object.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ЦИФРОВИЙ АРТПРОСТІР	8
1.1. Артринок: мотивації та потреби.....	8
1.2. Позитивні та негативні аспекти цифровізації артринку.....	14
1.3. Вплив цифрового артринку на розвиток суспільства.....	18
Висновки до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2. ІНТЕРАКТИВНЕ МИСТЕЦТВО	25
2.1. Сучасні інформаційні технології та інновації в мистецтві.....	25
2.2. Естетика інтерактивного мистецтва	29
2.3. Колекціонування та продаж цифрового мистецтва.....	33
Висновки до розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. ПРОМОЦІЯ ТА ЕКСПЕРТИЗА АРТОБ'ЄКТІВ	42
3.1 Артринок і цінність артоб'єктів.....	42
3.2. Артпродукт: формування собівартість і особливості промоції.....	51
3.3. Кураторський проект як успішна економічна і художня стратегія....	57
Висновки до розділу 3	65
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	76

ВСТУП

Актуальність роботи пов'язана з постійним розвитком форм і проявів мистецтва, яке дозволяє створювати образи, що допомагають людині і суспільству краще зрозуміти певну частину зовнішнього світу. Стрімкий технологічний прогрес допомагає розвитку цифрових технологій, значною мірою змінилися соціальні структури в суспільстві, більш значущим стає цифрове мистецтво.

У роботі розглянуто особливості формування артпросторів для створення середовища, що є відповідними до соціальних, культурних і технічних вимог щодо організації та проведення заходів, таких як: організації експозицій сучасного мистецтва, пов'язаних із застосуванням комп'ютерних технологій, систем віртуальної і доповненої реальності, 3D-мепінга тощо.

Дослідження феномена цифрового комп'ютерного мистецтва в міждисциплінарному аспекті були представлені у працях вітчизняних та зарубіжних вчених (А. Баумана, Л. Берталанфі, І. Блауберга, Н. Вінера, К. Пола, М. Месаровича та ін., які виявляються та аналізуються найбільш характерними інформаційними аспектами, що визначають їх функціонування та розвиток. Теоретичні основи щодо інформаційного підходу були означені в роботах Л. Бріллюена, Н. Вінера, В. Костюка, Н. Мойсєєва, А. Назаретяна, П. Досси, М. Пашкус, Д. Томпсона, Ф. Хука та ін., а основи використання теоретико-інформаційного методу стосовно мистецтва в роботах Д. Акімова, В. Карпова, І. Міщенко, О. Федорука та ін.

Мета дослідження – становлення, функціонування і розвитку цифрового артпростору в сучасному українському суспільстві. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання:

- розглянути дослідження передумов, чинників становлення і розвитку артринку в контексті сучасного цифрового та інтерактивного мистецтва;
- розкрити специфіку ринкових взаємодій в артпросторі;

- охарактеризувати за мотивацією споживачів на артринку;
- простежити трансформацію цифрового артпростору;
- проаналізувати сутність інтерактивного мистецтва, що у сукупності генерує тенденції артпростору в сучасних умовах;

- виокремити особливості кураторського проєкту цифрового артпродукту, визначити інноваційний потенціал та шляхи промоції з метою їхньої оптимізації.

Об'єкт дослідження – мистецький артпростір.

Предмет дослідження – артпростір цифрового та інтерактивного мистецтва в сучасному українському суспільстві.

Методи дослідження :

- системний аналіз – для з'ясування характеристик артринку, функціонування на ньому виробників та споживачів цифрових творів, вивчення системи інтегрованих комунікацій;

- порівняльний аналіз – для здійснення класифікації ринків та використовуваних на них засобів просування творів;

- метод операціоналізації понять – для опису доступних для спостереження характеристик цифрового артпростору, їх основних елементів;

- структурно-функціональний аналіз – для дослідження особливостей впливу артпродукту цифрового мистецтва, інновацій і технологій на функціонування і розвиток артпростору.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вирішенні важливого наукового та практичного завдання, пов'язаного з обґрунтуванням характеру, методів і технологій цифрового та інтерактивного мистецтва щодо врегулювання процесів артринку, просування та споживання творів мистецтва в артпросторі.

Основні результати, що мають елементи новизни, виявляються у такому:

вперше:

- виявлено, систематизовано та проаналізовано джерельну базу дослідження як сукупність документів щодо артпростору цифрового та інтерактивного мистецтва;

– визначено сутність і зміст понять «артпростір», «цифрове мистецтво» та «інтерактивне мистецтво».

– доведено, що на сучасному етапі трансформаційні процеси, які відбуваються артпросторі України для юнацтва тісно пов'язані зі стрімким розвитком цифрових технологій;

удосконалено:

- поняття «цифрове мистецтво» та «інтерактивне мистецтво», які простежено у контексті цифровізації артпростору;

– методологічні підходи та інструментарій дослідження трансформації цифрового та інтерактивного мистецтва;

дістало подальшого розвитку:

- визначення провідної ролі цифрового артпродукту на задоволення потреб споживачів цифрового та інтерактивного мистецтва;

- вдосконалення та створення мережових спільнот образотворчого мистецтва в сучасному українському артпросторі.

Апробація результатів дослідження. Основні положення магістерської роботи доповідалися та обговорювалися на науково-практичній конференції «Наукова атрибуція творів, експертиза та оцінка культурних цінностей» (Київ, 2021) та науковій статті (Євсев'єв Д. В. Артпростір цифрового мистецтва. *Nauki Społeczno-Humanistyczne*. 2021. № 4).

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 115 сторінок, з них основний текст – 76 сторінок, список використаних джерел – 64 позиції, 7 додатків.

Розділ 1 ЦИФРОВИЙ АРТПРОСТІР

1.1. Артринок: мотивації та потреби

Піднесення артринку, пов'язано з постійним розвитком форм і проявів мистецтва, яке дозволяє створювати образи, що допомагають людині і суспільству краще зрозуміти певну частину зовнішнього світу.

До таких напрямів сучасного артпростору належать цифрове, віртуальне та інтерактивне мистецтво.

Крім того, цифрове мистецтво можна визначити як творчо-художню роботу або практику, яка використовує цифрові технології як складову творчого або презентаційного проекту або виставки. Суміжними є такі напрямки в артпросторі: електронне, інтерактивне мистецтво, масьюрреалізм, постдігіталізм тощо. Однак, є деяка складність, яка пов'язана з дещо невеликим і недостатньо вивченими цифрового та інтерактивного мистецтва, їх незакінченим стильовим виокремленням. Так, на сьогодні зазначені напрями мистецтва можна кваліфікувати за сукупністю ознак, а також за манерою митця або творчої групи авторів [4].

Сучасний артпростір – креативне середовище, де є можливість створення мистецького простору для самовираження, творчої діяльності, взаємодії людей, який стимулює впровадження та розвиток найкреативніших авторських ідей та продуктів культурно-мистецького і освітньо-розвивального спрямування. Крім того, впровадженню нових цифрових ідей, використанню новітніх технологій, систем проектування можна добитися високого рівня інтерактивності.

Слід зазначити, що завдяки певним умовам відокремленості від впливу зовнішніх факторів та суттєвого візуального та сенсорного ефекту артпростору, народжується імерсивне середовище, яке можна охарактеризувати як взаємодію, а також захопленість глядача мистецьким

твором й автором. Це занурення у віртуальний світ, тобто розширеної реальності.

Не менш важливим чинником щодо адаптивності є комп'ютерно-технологічний компонент розвитку цифрового артпростору. Розроблені та підготовлені інструменти, методи та способи, дозволяють за короткий проміжок часу коригувати інсталяції, тобто вносити зміни або доповнювати композиції, що допомагає зберігати актуальність виставкових проєктів, змінюючи внутрішній та зовнішній соціально-культурний та навчально-освітній контекст [2].

Аналізуючи наведені вище особливості, можна сформулювати вимоги до організації артпросторів, які задовольняли б вимоги щодо розміщення виставок цифрового мистецтва. У першу чергу – це створення комплексу приміщень, достатніх за обсягом і кількістю для розвитку сюжету, концепції інсталяції. Крім того, важливим є забезпечення ретельного контролю над внутрішнім кліматом: освітленістю, вологістю, якістю повітря, температурою. Решта критеріїв можна вважати властивими для об'єкта з подібною типологією, такі як організація руху, переміщення відвідувачів, дотримання норм безпеки тощо.

Отже, на основі вищевикладених міркувань, необхідно навести наступний приклад, а саме особливості організації простору і функціонування цифрового мистецтва, - перша українська бієнале цифрового та медіамистецтва, на якій демонструються інсталяції, відеоарт, кінетичні, VR та NFT-експонати відомих художників із 15 країн світу, яка проходила у Києві. Представлено прогресивні приклади діджитал та медіаарту від класичних до новітніх: інсталяції, відеоарт, кінетичні, VR та NFT-експонати художників з Іспанії, Франції, Італії, Великобританії, Нідерландів, Німеччини, Португалії, Шотландії, Румунії, Ірану, Канади, Японії, Південної Кореї та України [22].

Розглядаючи плани об'єктів, можна виявити класичну організацію простору із загальним типом планування, з усіма притаманними їй перевагами і недоліками. В цілому, наведені приклади підтверджує правдивість розглянутих концепцій (рис. 1, рис. 2).



Рисунок 1



Рисунок 2

Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених цифровому комп'ютерному мистецтву, або окремим проблемам, пов'язаним з використанням цифрових технологій в образотворчому мистецтві, на даний момент у цій сфері досліджень відсутня єдина наукова гіпотеза, що дозволяє несуперечливо трактувати як сам феномен цифрового комп'ютерного мистецтва та його окремих форм напрямів, і різних феноменів, тісно пов'язані з використанням цифрових технологій у сучасному мистецтві. Крім того, на сьогодні відсутні як чітко розроблена система класифікації форм та напрямків цифрового образотворчого мистецтва, так і структура системи образотворчого мистецтва залежно від способу використання цифрових технологій у процесі створення мистецьких творів. Глибокого філософського осмислення вимагає також зміна характеру творчого мислення сучасних художників, багато в чому зумовлена поширенням цифрових технологій у мистецтві.

Історія цифрового мистецтва обумовлена розвитком науки і технологій, а також художньо-історичним розвитком суспільства.

Отже, термін «цифрове мистецтво», пов'язаний з високотехнологічними напрямами мистецтвознавства, на сьогодні так і не набув усталеного визначення; з моменту зародження кілька разів змінювало назву: колись його називали комп'ютерним мистецтвом, потім мультимедійним або кібермистецтвом (1960-1990), сьогодні ж поряд з терміном «цифрове мистецтво», або інший «медіамистецтво» в кінці ХХ ст. він здебільшого використовувався у кіномистецтві. Деякі методи, які використовують в цифровому мистецтві, виникли майже століття тому, іншими вже користувалися у всіляких «традиційних» формах мистецтва [50].

Цифрові технології досягли такого рівня розвитку, що дають абсолютно нові можливості для творчості і його сприйняття. Слід зазначити про деякі такі можливості, які на сьогодні є сучасними, наприклад, цифрові технології додали нового композиційними творам та колажам, оскільки вони

дозволяють з'єднувати окремі елементи, зосередившись на вигаданій формі щодо реальності.

Отже, цифрове мистецтво тісно пов'язане з художніми течіями попередніх періодів, зокрема з дадаїзм, «флюксуса» і концептуальним мистецтвом. Ці течії особливо важливі для цифрового мистецтва тому, що їх послідовники надавали особливого значення концепції, події на противагу матеріальним об'єктам [48].

На основі вищенаведеного можна дійти висновку, що через створені образи ідеального світу людина намагається впливати на зовнішній і внутрішній світ, змінюючи його так, щоб він наблизився до ідеалу. Цифрове і інтерактивне мистецтво є діалогом між художнім твором і учасником, що передбачає можливість впливати на твір мистецтва всередині його контексту. До безпосередньо артпростору висуваються вимоги швидше технічного характеру, адже у зв'язку з силою і глибиною впливу таких експозицій простір, в якому все відбувається, відходить на другий план, а досвід взаємодії з ним повністю підпорядковується інсталяції, однак при цьому в разі вдалого рішення цей досвід може бути поліпшений, а також наведені додаткові концептуальні та естетичні особливості.

Темпи технічного прогресу породили суспільство нового типу, в якому ексклюзивні девайси, що щодня виникають, і послуги відіграють ключову роль. Життя без них вже неможливо уявити. Проте з кожним днем їхня кількість нестримно зростає, що не тільки полегшує повсякденне людське життя, а й задовольняє всі типи бажань і потреб сучасних людей, включаючи і ті, поява яких не могла передбачити навіть великий Абрахам Маслоу. Незважаючи на цілий рад теорій мотивації, заснованих на критиці та запереченні його концепції [30; 40], розроблена ним «піраміда» людських потреб використовується досі. Проте епоха глобалізації внесла до ієрархії потреб свої корективи, породивши щонайменше дві риси, які американський соціолог ХХ століття, природно, було передбачити.

Перша деталь зводиться до виникнення «уявних» чи «штучних» потреб, які складно виділити в окремий кластер лише тому, що вони часом вміло ховаються під маскою як «духовних», так і біологічних потреб. Причому сучасний бізнес в особі компаній, що виробляють все, що завгодно, включаючи автомобілі, телефони, одяг і навіть чіпси навчився не тільки першокласно керувати «уявними» потребами, а й створювати їх, перейшовши від пасивної маркетингової стратегії («знайди потребу і задовольни її») до активної («створи потребу та задовольни її») [44, с. 48].

Завдяки новим технічним винаходам за останні сто років людина навчилася не лише літати, а й бути одночасно в декількох місцях (за допомогою інтерактивних можливостей WorldWideWeb), а також миттєво зв'язуватися зі знайомими, які проживають в іншій точці планети (використовуючи Інтернет та мобільні телефони). Він підкорив як море, і Космос. Але головне все-таки в тому, що людина продовжила власне життя і суттєво убезпечила себе від природних катаклізмів. Таким чином, більшість глобальних цілей було досягнуто. А це означає, що першочерговими, нарешті, можуть бути індивідуальні цілі та потреби. Кожна людина може подумати про особисте благополуччя та щастя.

У результаті правила гри встановлюються зовсім не споживачами, а виробниками товарів, які сьогодні все більше переходять до активної маркетингової стратегії («створи потребу і задовольни її») [45, 49]). При цьому для того, щоб досягти успіху у покупців сучасному виробнику необхідно лише якнайчастіше ставити собі питання: «Чи достатньо я спрощую життя моїм клієнтам?» [64, с. 203]. Саме подібне когнітивне спрощення, що позбавляє споживачів необхідності мислити і вибирати той чи інший товар з маси однотипних продуктів, дуже подобається покупцям, оскільки дозволяє їм уникнути отримання зайвої інформації.

Однак, зростає швидкість технічного прогресу не дозволяє виробникам розслабитися ні на мить. Сьогодні вже не можна розробити ексклюзивний

товар, який надовго збереже свою популярність. Нова економіка і глобальна конкуренція значно скоротили життєвий цикл тієї чи іншої продукції. Те, що модно сьогодні, вже завтра перетвориться на забуту реліквію. Саме тому здатність до нововведень та захоплення ринків збуту стає найбільш важливим елементом конкурентних переваг будь-якої фірми [27, с. 13].

Проривна ідея Стіва Джобса, вміло втілена у витонченій та стильній формі сучасного смартфона iPhone, що перестав бути просто засобом зв'язку, стала розцінюватися як винятково важливий атрибут життя процвітаючої людини. iPhone – символ успішності, витонченості та просто моди XXI століття. Тому не дивуйтеся, коли побачите черговий останній iPhone в руках підлітка. Зрештою, згадайте, що чудова тріада «ідея – технології – бренд» закрутила голову не лише йому та його батькам. Вона потрясла сотні тисяч інших людей у різних куточках планети. Вона поєднала їх почуттям причетності до світу по-справжньому успішних і, можливо, найкращих представників людського роду.

1.2. Позитивні та негативні аспекти цифровізації артринку

Вивчаючи структуру сучасної економіки як у регіональному, і світовому рівні, ми, безсумнівно, зіштовхуємося з феноменом цифровізації. Цей феномен не можна назвати невивченим або погано дослідженим, проте залишається тенденція розширення кола питань щодо позитивних та негативних аспектів даного процесу та його впливу на суб'єктів в умовах економічних взаємин. У контексті означених питань чималий інтерес є ще одним аспектом сучасної економіки, а саме артринком. У світі зараз розширюється попит на предмети мистецтва не лише як на об'єкти «естетичного споживання», а й як на спосіб своєрідного інвестування, що можна назвати «артактивом». Разом з тим необхідно розглянути, як два «гіганти» сучасної економіки, що цікавлять нас, – цифровізація та арт-ринок

– взаємодіють один з одним. Важливо оцінити вплив ринку мистецтва нових цифрових технологій, враховуючи той факт, що цифровізація є неоднозначним процесом.

Звернемося спочатку до самого поняття цифровізації, щоб уникнути надалі ризиків неточностей. Світовий банк дає таке визначення цього процесу: цифровізація – парадигма прискорення економічного розвитку з допомогою цифрових технологій [58]. Це визначення є досить абстрактним, проте передає головну тенденцію цього феномена – прискорені темпи зростання та розвитку в усіх галузях економіки.

М. Калужський зазначає, що і під цифровою економікою комунікаційне середовище економічної діяльності в мережі Інтернет і водночас методи, форми, результати та інструменти її реалізації. [32] У цьому значенні ми бачимо лише одну з функцій цифровізації - створення умов для активної та продуктивної комунікації. Але досліджуване явище не обмежується лише озвученим аспектом.

Розглянемо ще одну ухвалу, Мінцифри визначило стратегічні кроки та сформувало 16 пакетних пропозицій розвитку цифрової економіки в Україні – загалом це 61 цифровий проєкт. Міністерство цифрової трансформації зазначається, що серед основних стратегічних напрямів розвитку цифрової економіки - розвиток цифрової інфраструктури, цифрових навичок, сектору інформаційно-комунікаційних технологій, цифровізація сфер життя та секторів економіки.

Наразі Мінцифри працює над систематизацією всіх цифрових проєктів відомства у межах однієї системи моніторингу проєктів. Інформація про цифрові проєкти та їхні статуси буде у відкритому доступі на публічному дашборді.

Цифрова економіка – це економіка, основою якої є цифрові технології, де правильніше мати на увазі виключно галузь електронних товарів та послуг, наприклад, робототехніку, рекламу, біотехнології. Крім того,

артринок щодо нового явища сучасної економіки, варто також дати визначення терміну. Так, А. Н. Сухарєв, визначає артринок як ринок творів мистецтва, де здійснюються акти їх купівлі-продажу та формується ціна на них [58]. Вчений додатково зазначає, що це ринок змішаного товару, тому що в ньому представлені витвори мистецтва як споживчий та інвестиційний товар одночасно. Також ми можемо зустріти визначення арт-ринку як соціально-економічний і культурно-історичний феномен і механізм, що є системою товарного звернення творів мистецтва [7]. Наведені визначення видаються досить повними нашого подальшого обговорення заданої проблематики.

Отже, перейдемо безпосередньо до обговорення зазначеного питання про вплив цифровізації на розвиток артринку, про плюси та мінуси взаємодії двох цих економічних сфер.

З одного боку, слід зазначити, що цифрові технології є одним із способів для митців вийти на цільову аудиторію споживачів своїх товарів чи послуг. Набагато дешевше та простіше орендувати «стенд» для свого товару на інтернет-майданчику, де за допомогою правильної та якісної реклами можливо охопити більшу кількість покупців, ніж продумувати та оплачувати реальне приміщення для представлення свого товару, що неминуче обмежує коло осіб, які були б готові його придбати.

Наприклад, спосіб покупок за допомогою Інтернету стає з кожним роком дедалі популярнішим: практично кожен у віці від шістнадцяти до п'ятдесяти п'яти років раз на півроку купує товар в онлайн-магазинах, при тому, що ця цифра зростає з кожним роком.[7]

Розглядаючи позитивний ефект цифровізації ринку мистецтва, ми повинні звернутися і до сумного досвіду. Формується нова ситуація навколо експозиційних просторів та виставок. Поки що у таке важко повірити, проте кількість глядачів та експертів, які навчаються дивитися на виставки з екранів гаджетів у режимі «онлайн» поступово збільшується. У зв'язку з цим

через кілька років можливий розкол глядацької аудиторії на тих, хто дивиться витвори мистецтва наживо, і тих, хто звик це робити за допомогою Інтернету. Причому число останніх зростатиме пропорційно числу любителів «живих» виставок, оскільки на зміну їм приходять покоління мільйонів. Негативний вплив цифровізації проявляється в тому, що приватним виставкам та колекціям буде вкрай складно залучати цільову аудиторію, яка віддає перевагу цифровим ресурсам.

Ще одна проблема, з якою стикається арт-ринок в умовах цифровізації – інтернет-нігілізм, що має на увазі, на думку багатьох, свободу Інтернету від правових обмежень. Таке явище неминуче спричиняє порушення авторського права. При цьому його захист в епоху цифровізації ускладнюється величезною кількістю додаткових проблем через потребу в швидкому обміні інформацією, що постійно зростає, що може ускладнюватися через відсутність доступу до екземплярів авторських творів, їх високу вартість і так далі. Хоча ведеться активна протидія злочинам у цій галузі права, проблема плагіату залишається актуальною. Тому можна сказати, що цифровізація виступає як інструмент уникнення схеми «купівлі-продажу» до моделі безоплатного придбання.

Таким чином, ми бачимо неоднозначність впливу процесу цифровізації на артринок. Можливість познайомити об'єкт мистецтва з великою аудиторією споживачів вступає в боротьбу з існуванням приватних виставкових експозицій та галерей, або запровадження нових цифрових технологій на прикладі блокчейну протистоїть проблемі авторського права. Поки не можна сказати точно, до чого призведе впровадження цифрових інструментів у креативний ринок: його позитивну та ефективну трансформацію чи вимирання окремих форм мистецтва. Тут ми можемо лише спостерігати за цим неоднозначним, але цікавим процесом.

1.3. Вплив цифрового артринку на розвиток суспільства

В останні двадцять років використання цифрових технологій практично у всіх сферах життя значно зросло, що призвело до міркувань про те, що всі форми художньої творчості в результаті перетечуть в цифровий медіум - або через оцифрування, або через використання комп'ютера на певних стадіях створення та обробки. Немає сумніву в тому, що все більше художників, які працюють з різними типами матеріалів – від живопису, малюнка та скульптури до фотографії та відео, використовують цифрові технології як творчий інструмент у певних аспектах своєї діяльності. У деяких випадках їхні твори виразно свідчать про застосування цифрових мистецьких засобів та задіюють відповідно мову та естетику. В інших випадках використання передових технологій носить прихований характер і буває важко визначити, чи створено дане творення за допомогою цифрових або аналогових процесів. Іноді виявляється, що твір, в якому начебто використані цифрові методи, насправді абсолютно традиційно за своєю технікою, а той, який на вигляд здається «ручною роботою», був оброблений на комп'ютері. В обох випадках автор явно багато запозичив як з історії фотографії, скульптури, живопису та відео, так і з цифрових технологій. Історія цифрового мистецтва обумовлена розвитком науки і технологій, а також художньо-історичним розвитком суспільства.

Хоча не всякий витвір мистецтва, заснований на цифрових технологіях, відображає естетику цих технологій і виводить їх на перший план, проте правомірно говорити про деякі основні характеристики, які цифрове мистецтво має. Чи не найголовнішою з них є те, що цифрові носії дозволяють виробляти різноманітні маніпуляції та безперешкодно комбінувати різні форми мистецтва, що веде до розмивання різниці між різними типами матеріалів. Фотографія, кіно, відео завжди допускали певні маніпуляції, наприклад, з часом і місцем у процесі монтажу, але в цифровому мистецтві

рівень можливого маніпулювання завжди набагато вище, настільки, що реальність того, «що перед нами», постійно ставиться під питання. Реконтекстуалізація через запозичення або колаж, так само як і неоднозначні взаємини між оригіналом і копією, також є важливими властивостями цифрового мистецтва. Техніки запозичення та колажу були розроблені кубістами, дадаїстами та сюрреалістами на перетині ХХ століття і вже мають довгу історію, проте поява цифрових носіїв розширило їхні можливості та підняло їх на новий рівень.

Однак, в епоху цифрового відтворення можливість миттєвого копіювання твору без будь-яких збитків його якості приймається за даність. За визначенням К. Пола, цифрова платформа також підвищує доступність візуального матеріалу: зображення легко оцифровуються за допомогою сканування, після чого їх можна копіювати або розповсюджувати через інтернет. Чи руйнують ці форми миттєвого відтворення поняття справжності, авторитету та аури – питання відкритий, проте вони, безумовно, видозмінюють їхній зміст.

На кількох ключових прикладах розглянемо роль цифрових технологій як інструмента створення творів мистецтва, а також естетичний вплив цих технологій. Оскільки в наш час ці технології використовуються в мистецтві дуже широко, до повного аналізу довелося б розглянути тисячі творів. Ті роботи, які наведені в цій роботі, є лише вибіркою, зробленою, щоб проілюструвати специфічні аспекти цифрового формування зображень та створення цифрових творів мистецтва (*див. Додаток 1, Додаток 2*).

Цифрові технології досягли такого рівня розвитку, що дають абсолютно нові можливості для творчості і його сприйняття. Слід зазначити про деякі такі можливості, які на сьогодні є сучасними, наприклад, цифрові технології додали нового композиційними творам та колажам, оскільки вони дозволяють з'єднувати окремі елементи, зосередившись на вигаданій формі

щодо реальності. Зачинателем мультимедійного колажу слід вважати Роберт Раушенберг (1925-2008) (рис. 3. *Призначення, 2000 р.*).



Рисунок 3

Необхідно відзначити американського художника Скотта Грісбаха (1967-2010), який згенерував на комп'ютері з фотографічних колажів, вивів на новий рівень властивий колажу процес реконтекстуалізації (рис 4. *Темний кінь абстракції. 1995 р.*).



Рисунок 4

Отже, цифрове мистецтво тісно пов'язане з художніми течіями попередніх періодів, зокрема з дадаїзм, «флюксуса» і концептуальним мистецтвом. Ці течії особливо важливі для цифрового мистецтва тому, що їх послідовники надавали особливого значення концепції, події на протигагу матеріальним об'єктам [48].

На сучасному артринку України яскравим представником є художник та дизайнер Олексій Кондаков, який створює картини-колажі, використовуючи класичні полотна старовинного салонного живопису, в його роботах персонажі стають учасниками відповідно побутових сценок сучасного міста Києва. Особливе місце в його роботах належить київському метро, наприклад, продавчині яток переходів метрополітену (рис. 5. *Reality-продавчиня квітів. 2017*), а також їхні відвідувачі. У О. Кондакова боги сходять з неба, щоб допомогти пізнати власне Я та навколишній світ. Його образи зрозумілі для споживача артпродукту, де поєднання минулого та майбутнього є привабливим і близьким для поціновувачів колажів. [22].

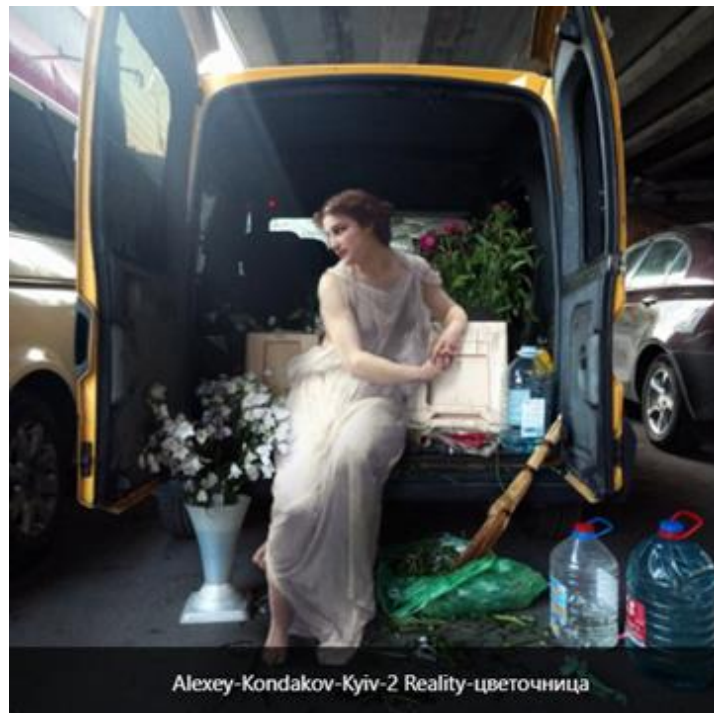


Рисунок 5

Нові цифрові технології та авторські концепції вивели мистецтво на новий рівень. На сьогодні неоднозначним для сфери мистецтва є цифрове нововведення - це технологія блокчейна. Блокчейн – платформи, що задовольняє потреби всіх учасників артринку, забезпечуючи безпрецедентну безпеку і ліквідність угод. Технологія є безумовно позитивною для розвитку артринку, надаючи обом учасникам договору узгоджувати деталі транзакції в безпечному та надійному середовищі завдяки інтерактивним контрактам на основі токена ARTK. Отже, розробники вважають, що подібний цифровий інструмент дозволить людям використовувати мистецтво як інвестицію [64].

Таким чином, ми бачимо неоднозначність впливу процесу цифровізації на артринок, але можливість ознайомити з витвором мистецтва велику аудиторію споживачів є неоднозначною стосовно існування приватних галерей та виставкових експозицій. Слід виокремити, що нові цифрові технології, наприклад блокчейна вирішує проблему авторського права.

Таким чином, блокчейн, - прагнення прозорості, відкритості, демократичності, децентралізації, унікальності та стабільності, у зв'язку з чим ми можемо спостерігати парадокс до якого наводить ця технологія. З

одного боку, блокчейн, що повертає мистецтву унікальність, справжність, накладає обмеження на процес сприйняття, повертає експозиційну цінність. З іншого боку, технологія дотримується принципу демократії, наближаючи мистецтво до споживача, і все ще відноситься до репродукції. Блокчейн, як одна з найсучасніших технологій у цій сфері якнайкраще вказує на справжній характер мистецтва, як на належність твору свого історичного часу. У контекст епохи вписується як зміст, а й «оболонка», цим пояснюється актуальність і значення такого мистецтва. Таким чином, необхідно зазначити, що впровадження цифрових інструментів на артринку може вплинути на формування його позитивної та ефективної трансформації щодо окремих форм мистецтва.

Висновки до 1 розділу. На основі вищенаведеного можна дійти висновку, що через створені образи ідеального світу людина намагається впливати на зовнішній і внутрішній світ, змінюючи його так, щоб він наблизився до ідеалу. Цифрове та інтерактивне мистецтво є діалогом між художнім твором і учасником, що передбачає можливість впливати на твір мистецтва всередині його контексту. До безпосередньо артпростору висуваються вимоги швидше технічного характеру, адже у зв'язку з силою і глибиною впливу таких експозицій простір, в якому все відбувається, відходить на другий план, а досвід взаємодії з ним повністю підпорядковується інсталяції, однак при цьому в разі вдалого рішення цей досвід може бути поліпшений, а також наведені додаткові концептуальні та естетичні особливості.

Слід відзначити неоднозначність впливу процесу цифровізації на арт-ринок. Запровадження нових цифрових технологій на прикладі блокчейну протистоїть проблемі авторського права. Поки не можна сказати точно, до чого призведе впровадження цифрових інструментів у креативний ринок: його позитивну та ефективну трансформацію чи вимирання окремих форм мистецтва. Отже, необхідно зазначити, що впровадження цифрових інструментів на артринку може вплинути на формування його позитивної та ефективної трансформації щодо окремих форм мистецтва.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРАКТИВНЕ МИСТЕЦТВО

2.1. Сучасні інформаційні технології та інновації в мистецтві

Мистецтво – це процес творчого осмислення буття в усіх його проявах. Головною функцією якого є здивувати глядача. Силою духовної переробки виразних засобів мистецтва занурити в фантазійні переживання митців. Різноманіття кольорів чи ліній, плям і емних форм матеріалізують існуючі переживання авторів. Потік підсвідомої інформації, з'являючись з під руки художника, кружляє думки в розумах людей, споглядаючи їхні творіння. Цифрова революція, яка захопила другу половину ХХ ст. увесь соціум, доторкнулась також до світу мистецтва, надавши величезний вплив на його становлення та розвиток. Взаємодія технологій та мистецтва мала місце протягом всієї історії розвитку людства. Технологія в цьому питанні носила переважно прикладний характер, залишаючись посередником між ідеєю митця та її матеріальним втіленням. Продовжуючи трансформування традиційного мистецтва сьогодні настільки захоплюють митця, що його експерименти з “матеріалом” затьмарюють всі інші сенси та призначення мистецтва, створюючи мистецтво технологій. За висновками деяких дослідників взаємодія мистецтва та техніки на сьогодні все більше відчутна незгодженість у відношеннях між мистецтвом та світом технологій. Упродовж усієї історії мистецтво та наука взаємодіяли між собою. У мистецтві Відродження та до епохи Просвітництва - мистецтво та наука були поряд. Майже всі італійські митці епохи Ренесансу були чудовими математиками та інженерами. Прикладом є філософія Рафаеля, яка будується, в першу чергу, на геометрії, ідеальному світі. Тим самим постає питання, що первинне технології надихають мистецтво чи мистецтво надихає та дає поштовх до інновацій. Істиною залишається те, що коли мистецтво входить в науку, а наука в мистецтво відбувається подолання кордонів

(світосприйняття). Діджиталізація (оцифровування) - перехід до цифрового існування. Гібридизація - ускладнення існуючих та знов виникаючих явищ через їх взаємопроникнення. Для створення інновацій необхідна співпраця художника з науковцем. Симбіоз мистецтва і технологій - це мова майбутнього, завдяки якій буде можливим краще розуміти одне одного без слів. Таким прикладом є багато наших сучасників, які створюють свої інсталяції, котрі кожен може відчутти та зрозуміти не зважаючи на мовний бар'єр. Технології дають нову естетику світосприйняття, тепер завданням художника постає вчасно помітити цю естетику та впровадити у свідомість суспільства (рис. 6, рис. 7, рис. 8).



Рисунок 6



Рисунок 7



Рисунок 8

Інтерактивність - можливість для глядача комунікувати з митцем та навіть брати участь в створенні творів. Нові художні засоби. Елітарність цифрового мистецтва. У зв'язку з швидким проникненням техногенного середовища у гуманітарне середовище не всі сфери культурного життя виявилися здатні до швидкого адаптування. Очевидно, що на шляху сприйняття “високотехнічного мистецтва” або Медіа-Арту виникають проблеми. І першою постає технічне невігластво наших сучасників. Глядач досі часто не в змозі розуміти мову і користуватися технологіями, які пропонує йому художник, він часто взагалі не володіє комп'ютером, і тим більше не посвячений у тонкощі існуючих дискурсів, пов'язаних з мистецтвом нових технологій. Як зауважує Кирило Шаманов, “інтернет ставить людину віч-на-віч з усім світом. Але, на жаль, надії і ейфорія, пов'язані з появою нових можливостей, зникли, оголивши з більшою гостротою колишні проблеми. У новій ситуації ми все більше знаходимо сліди нерозв'язаних філософських конфліктів минулого. З віртуальних безодень ми знову провалюємось в аналогові безодні, реальні і, як з'ясовується, аналогові більш живучі”. Нові цифрові засоби для самовираження художника, особливо постійно оновлюючі hi-tech, вже не викликають захоплення, помітно профановані і більше нагадують спорт, ніж мистецтво. Багато свідомо відмовляються від їх використання, повертаючись до аналогу і low-tech, в моду входить автентичність. Цифровий живопис - створення електронних зображень, здійснюване не шляхом рендеринга комп'ютерних моделей, а завдяки використанню людиною комп'ютерних імітацій традиційних інструментів художника. Створення малюнка, картини від початку і до кінця на комп'ютері - відносно новий напрямок в образотворчому мистецтві (див. Додаток 3).

2.2. Естетика інтерактивного мистецтва

Проблема естетики електронних медіа, що виростає на межі традиційної естетики та теорії медіа, є сьогодні досить актуальною, запровадження нових понять – віртуальність, інтерактивність, імерсійність тощо.

Сучасне віртуальне мистецтво можна вважати новою й удосконаленою версією технологічного мистецтва, яку досліджують на виставках, аналізують у статтях і книгах про мистецтво. Таким чином, віртуальне мистецтво – новий, з точки зору гуманізації технології, її акцент на інтерактивність, її філософське ставлення до реального і віртуального, і його мультисенсорний світогляд.

Митці, які практикують віртуальне мистецтво, мають чимало спільних рис із більш традиційними митцями, розрізняти від них багато в чому, особливо через творчу відданість. Імовірно, деякі з цих характерних ознак можуть вже можна знайти в ряді попередників початку ХХ ст. Крім того, віртуальні художники прагнуть естетичної завершеності - певна кількість позахудожніх цілей, які насправді підпорядковані основними людським потребами та покликанням.

Віртуальне (інтерактивне) мистецтво включає елементи всього мистецтва, створеного за допомогою технічні засоби масової інформації розвинулися наприкінці 1980-х рр. Одним із аспектів того часу було те, що інтерфейси між людьми та комп'ютерами, наприклад, стереоскопічні окуляри та екрани, генератори тривимірного звуку тощо. Таким чином, віртуальне означало, що ми перебуваємо в присутності не тільки самої реальності але й моделювання реальності. Одночасно відбувся аналогічний технічний розвиток Інтернету та новому комунікаційному каналі, а також

іншим технологіям, таким як голографія, застосовуваним у поєднанні з вищезгаданим технічні досягнення.

Отже, віртуальна арка – це художня інтерпретація деяких сучасних проблем не лише за допомогою таких технологічних розробок, але через їх інтеграцію з ними. Специфіка віртуальних творів мистецтва, відрізняються від інших творів мистецтва тим, що в останніх не вистачає логіки творення, що заснована на поєднанні актуального техніко-естетичного напрямку.

Віртуальне мистецтво має багато можливостей реального мистецтва вказує, намагається використовувати найкраще з обох світів: філософського та наукового. Отже, віртуалізм можна вважати всеохоплюючою сферою. Віртуальна та інтерактивна мета залучають нас до естетичного контексту. Цей естетичний контекст служить нам як на емпіричному рівень людського навчання/сприйняття та раціоналістичний рівень.

Віртуальне мистецтво може відігравати етичну роль у сучасному розвитку глобалізації, підкреслюючи людське впливає більше, ніж будь-який інший попередній вид мистецтва як з боку художників, так і з боку багатьох користувачів мистецтва. Віртуальне мистецтво насправді могло б вплинути критично та перспективно на глобальну інтеграцію.

За словами Олівера Грау, медіа-мистецтво, тобто відео, комп'ютерна графіка та анімація, мережеве мистецтво, інтерактивне мистецтво та його цілий ряд передова форма віртуального мистецтва (з його піджанрами: дугою телеприсутності та генетичним мистецтво) - починає домінувати теорії образу та мистецтва. З появою нових методів створення, розповсюдження та представлення зображень комп'ютер змінив зображення і тепер пропонує що в нього можна ввійти. Тому це заклало основи віртуальності реальність як основний засіб інформаційного суспільства, що формується.

Таким чином, як в мистецтві, так і в архітектурі можуть бути встановлені передумови, які ведуть до естетики прозорості та плинності.

Технологічний прогрес - дозволяє краще прийняти як інтелектуальний, так і емоційний статус людини на початку двадцять першого століття. Технічна лінія постійно веде від матеріалізованої цифрової роботи до мультимедійних онлайн-творів, що проходять через мультимедіа а мультисенсорний офлайн перетворюється на важливу інтерактивну цифрову установки.

Новим у віртуалізмі є саме його віртуальність, його потенційність і, перш за все, його відкритість. Для віртуального мистецтва ця відкритість реалізується і в тому, і в іншому з точки зору художників та їхньої творчості та з точки зору митців слідкувати за користувачами в їхніх взаємних діях. Ця відкритість передбачає певну кількість свободи і свободи для дій і творення, але не радикально зруйнувати те, що було раніше. Цей відкритий віртуальний стан відповідає потребам як особистості, так і суспільства змиритися з плином і віртуальний динамізм, який характеризує нашу нинішню ситуацію. На думку критиків модернізму, віртуальним мистецтвом можна охарактеризувати як пуристське відкидання як стилістичного анархізму, так і історичного традиціоналізму. Це тому, що ці критики вважають постмодернізм еkleктично поєднує в собі безліч попередніх художніх стилів, відроджуючи історії та традиції.

Неоднозначність у постмодернізмі віддають перевагу перед простотою, чистотою та раціональністю. Безсумнівно, що в творчості деяких віртуальних митців можна знайти чимало ознак як модернізму, так і постмодернізму.

Таким чином, всеосяжна віртуальність у мистецтві є насправді не контрреволюція проти модернізму та постмодернізму; скоріше, це значно розширює спектр досліджень, відкритих для художника-концептора.

Віртуальне мистецтво вступає в сучасний антилюдський і постлюдський діалог - а контекст, що загрожує найбільш вибухонебезпечними антигуманними та постлюдськими небезпеками - саме з

наміром гуманізувати технологію, взявши потребу для людського виживання в розгляді - виживання, тобто заклопотаність біологія і свобода. Люди – це істоти, які за будь-яких обставин намагаються зберегти свої елементарні потреби в певній частині особистої цілісності і свобода.

Діяльність віртуального художника може вирішити ці фундаментальні проблеми підготовка креслення для деяких робочих рішень як особистого, так і універсальні розміри.

Основні художні джерела електронного чи технологічного мистецтва можна знайти у сфері фотографії та кіно, концептуального мистецтва (інтелектуальне, інформаційне та екологічне), світлого мистецтва (електричне, електронне та екологічне), мистецтво руху або кінетичне мистецтво (оптичний, механічний і природний рух), кібернетичне та програмоване мистецтво, а також мистецтво участі та навколишнього середовища. Технологічне мистецтво складалося з кількох технічно визначених сфер. Лазерну та голографічну дугу, художники використовували лазер у поєднанні візуальні/звукові постановки та покази навколишнього середовища на великі відстані та прикладні від лазера до голографії, як у розширенні його тривимірного ілюзіоніста характеристики та визнання його як новітньої розробки світлого мистецтва. Технологічне мистецтво стосувалося ранніх стадій комп'ютера, комунікаційного мистецтва, техніко-екологічного мистецтва. Комп'ютерне мистецтво було тоді показано як постачальник абстрактної інформації, а не інструмент або середовище, тоді як комунікаційне мистецтво вже могло мати форму інтерактивних мереж та супутникового мистецтва; техніко-екологічні твори мистецтва були або безпосередньо натхненні природними явищами, або їх науковими інтерпретаціями.

Відео мистецтво також започаткувало конкретні тимчасові фактори - миттєвість, спонтанність і одночасність, а також потенціал творчого перетворення образів.

Твір, який на перший погляд може нагадувати більш традиційне мистецтво, проте є віртуальним (або віртуалізованим). цифрових методів і таким чином набуває зовсім іншого виміру. Основною естетико-технічною категорією, є сприйняття і сприйняття зображення, твори можна розділити на пластичні, пізнавальні та біоестетичні проблеми. У розділі розглядаються мультимедійні роботи в автономному режимі. Крім того, спів основ тема мультисенсоріальності, вона включає вторинні естетичні елементи, такі як мова, розповідь, гіпертекст і синестезія, а також соціально-політичні питання та проблеми безпеки.

Отже, спільним мережевим мистецтвам та мультимедійним онлайн-роботам, є художнє спілкування через Інтернет разом із другорядним естетична тематика Інтернету, як варіант соціальних комунікацій.

2.3. Колекціонування та продаж цифрового мистецтва

Колекціонування (і, відповідно, продаж) цифрового мистецтва – ще одна тема, яка викликає гарячі суперечки з тих пір, як ця художня форма з'явилася на радарі ринку. Цінність витвору мистецтва – принаймні у рамках традиційної моделі – безпосередньо пов'язана з його цінністю у грошовому вираженні, проте модель «чим більш унікальна, тим дорожча» не завжди працює стосовно цифрового мистецтва. Усі кілька простіше, якщо йдеться про цифрові інсталяції, які по суті своїй є об'єктом, або про програмне забезпечення, визнане витвором мистецтва (воно іноді вимагає і спеціального «заліза»). Модель «лімітованих видань», прийняту у фотографії, використовують деякі цифрові художники, мистецтво яких переважно

представляє собою програмне забезпечення, а значить, може входити до зборів більшості музеїв по всьому світу. З погляду колекціонування інтернет-мистецтво можна назвати самою проблемною формою, оскільки воно доступне будь-якій людині, підключеній до Мережі. Тим не менш мережеве мистецтво все частіше створюється на замовлення та потрапляє до музейних зборів – при цьому програмний код зберігається на сервері музею.

Топ-10 колекціонерів мистецтва NFT, які, швидше за все, змахаються боротьбою за легендарну картину "CryptoMother".

Брітні Джеймс, липень 27, 2021 9 хв.

Топ-10 колекціонерів мистецтва NFT, які, швидше за все, змахаються боротьбою за легендарну картину "CryptoMother" ВІСТІ.

Новина про те, що легендарний твір "CryptoMother", також відомий як Crypto Mona Lisa, нарешті надійшов у продаж, бере штурмом ринок NFT! Після багатьох років відхилення всіх пропозицій, нинішній власник вирішив продати шедевр на австралійському ринку NFT STARS. Виграшну заявку отримають як NFT, так і оригінальне масло на полотні.

Crypto Mona Lisa вперше була представлена на блокчейн-конференції в 2017 році. У 2018 році на аналогічному заході творець Ethereum Віталік Бутерін побачив картину і автографував її, що робить її єдиним твором мистецтва, підписаним видатним програмістом. Вплив цього єдиного акту на цінність картини є значним. «CryptoMother» викликав величезний інтерес з боку спільноти NFT, і протягом багатьох років колекціонери цифрового мистецтва запропонували за це до 6 мільйонів доларів. Тепер, коли шматок фактично виставлений на продаж, питання про ціну CryptoMother знову піднімається. Хто буде боротися, щоб заволодіти легендарним шедевром? Ось наші топ-10 припущень про те, хто може кинути капелюх на ринг.

Джастін Нд – вакантне місце в колекції «JUST NFT Fund».

Засновник фонду TRON і генеральний директор BitTorrent, Джастін Сан є ідеальним кандидатом на те, щоб стати новим власником Crypto Mona Lisa. Sun має глибокий інтерес до сфери NFT: він створив фонд JUST NFT з місією NFTize провідного світового мистецтва і будує колекцію творів мистецтва, зареєстрованих на блокчейні. Фонд вже придбав картини Енді Уорхола і Пікассо. Нд також придбав «Океанський фронт» Бейла і спробував свою удачу на торгах за «Everyday».

Щоб подолати поріг вимог і викликати інтерес Фонду і, зокрема, Sun, робота повинна мати значення для художньої індустрії і коштувати більше 1 мільйона доларів. "CryptoMother" є ідеальним уловом в цьому випадку. Картина вже була токенизована на блокчейні і колись оцінювалася в 6 мільйонів доларів.

Ерік Янг - Цифрове мистецтво з фізичним дотиком.

Ерік Янг є активним інвестором в цифрове мистецтво. За деякими оцінками, його колекція складається з більш ніж 350 NFT на суму понад 1 мільйон доларів разом. Янг став відомий широкій спільноті NFT після придбання «Пікселем», одного сірого пікселя художника Пака, за 1,36 мільйона доларів. Може бути, настав час інвестувати в дійсно цінні твори, які коштують набагато більше, ніж вся ця колекція? Ще один примітний факт про колекцію Еріка Янга полягає в тому, що багато творів мають фізичні компоненти. "CryptoMother" ідеально доповнить існуючу колекцію - щось як фізичне, так і цифрове.

Пабло Родрігес-Фрейл - Колекція не вистачає центральний.

Пабло Родрігес-Фрейл називає себе цифровим меценатом. Цей колекціонер відомий тим, що купив «ПЕРЕХРЕСТЯ» Бейла за 67 000 доларів, а потім продав його за 6,6 мільйона доларів через кілька місяців. Вся колекція Родрігеса-Фрейла налічує понад 2000 NFTs і складається з кращих крипто-виконавців, таких як Weeple і Pak. "CryptoMother" може зацікавити

колекціонера своїм значенням. Картина символізує цінності DeFi і представляє матір, захищаючи всі блоки в мережі.

MetaKovan – нова заява в колекції.

MetaKovan (справжнє ім'я якого Вінєш Сундаресан) - колекціонер, програміст, засновник декількох криптокомпаній і ангел-інвестор в блокчейн-проекти. Багато хто дізнався його ім'я після аукціону «Everydays: The First 5000 Days» Бейла – саме MetaKovan придбав «Everydays» за 69 мільйонів доларів, встановивши рекорд найдорожчого твору мистецтва NFT, коли-небудь проданого. Колекціонер пояснює, що витвір мистецтва відіграє величезну роль у постійному зрушенні в сприйнятті, коли справа доходить до того, як цифрове мистецтво сприймається широкою громадськістю. Це те, що робить його варто кожен копійку. Колекція MetaKovan також включає в себе інші роботи Beeple, а саме 20 одноднівних робіт Beeple, які він придбав раніше за більш ніж 2,2 мільйона доларів.

Sundaresan може розглянути можливість покупки Crypto Mona Lisa, оскільки це прекрасний приклад традиційного мистецтва, що перетворює цифрові технології. CryptoMother - це не фунгіцидний токен і масло на полотні, яке має справжню цінність як в традиційному мистецтві, так і на ринку NFT. І завжди краще мати пару заяв штук, ніж 1000 NFTs вартістю \$ 40000 в цілому, в кращому випадку.

WhaleShark - Час для більш химерні штук.

WhaleShark - псевдо-анонімний колекціонер цифрового мистецтва, який володіє однією з найбагатших і найдорожчих колекцій цифрового мистецтва в світі. На початку 2021 року колекція WhaleShark включала понад 210 000 NFTs. Портфель оцінювався в цілому в \$ 21,951,341. WhaleShark відомий тим, що має один з найбільших ансамблів NBA Top Shots, вартістю до 53 мільйонів доларів. Можливо, настав час збагатити колекцію більш художніми творами?

Колборн Белл - Що таке крипто-художній музей без крипто Мони Лізи?

Colborn Bell є блокчейном і венчурним інвестором, колекціонером цифрового мистецтва і співзасновником Музею крипто-мистецтва (МОСА), який налічує понад 250 NFT. Легко стати першим Музеєм криптомистецтво. З легендарною Crypto Mona Lisa також було б досить легко бути найкращим. Тож було б цілком розумно, якби Колборн Белл спробував удачу в торгах на «CryptoMother».

Шалом Меккензі – Твори мистецтва для тих, хто цінує ексклюзивність

Шалом Меккензі — підприємець, найбільший акціонер компанії DraftKings, що займається щоденним фентезі та спортивними ставками, і засновник постачальника технологій азартних ігор SBTech. Меккензі увійшов у світ NFT з вражаючим кроком. Він купив одного з найрідкісніших CryptoPunks з колекції інопланетян – CryptoPunk #3100 за 11,7 мільйонів доларів. Пояснюючи свої мотиви покупки, Меккензі сказав, що це єдиний NFT, який носить маску, і це символізує весь 2020 рік. Ще однією причиною дорогої покупки було те, наскільки унікальним є саме цей CryptoPunk.

Загальна кількість CryptoPunks нещодавно скоротилася до 9998, що робить CryptoPunk #3100 одним із тисяч. «CryptoMother», з іншого боку, є центральним елементом колекції «Art of Blockchain», що складається лише з 5 NFT разом з їх оригінальними картинами.

NFT DAO – одна «CryptoMother», багато ентузіастів Crypto

Ідея NFT DAO схожа на принципи дробової торгівлі NFT – одна робота, що належить багатьом інвесторам. NFT DAO інвестують у високоцінні цифрові твори мистецтва, підтримують інвестиції в інфраструктуру та проекти NFT та створюють колекції спільної власності.

Є висока ймовірність того, що один із поточних NFT DAO придбає «CryptoMother», оскільки колектив може мати доступ до більшої кількості

ресурсів, ніж окремих колекціонер. Придбання «CryptoMother» значно збагатить будь-який із наведених нижче портфелів DOA і надасть більше цінності цьому DAO. Деякі дивні здогади, який DAO може зробити переможну ставку? Можливо, PleasrDAO, FlamingoDAO або JennyDAO (Jenny Metaverse DAO). Ілон Маск : Чому б і ні

Ілон Маск є сумнівною персоною в криптосвіті. Одні хвалять його за його участь і популяризацію криптовалютних платежів, інші засуджують його поведінку і його спекуляції в Twitter. Тим не менш, завжди є ймовірність того, що Маск підкине сюрприз і придбає культовий витвір мистецтва. Він також не новачок у цифровому мистецтві. Одного разу Маск вирішив продати свій техно-трек про NFT як не фунгіцидний токен, але пізніше вирішив передати цю ідею, відхилившись від пропозиції в розмірі 1 мільйона доларів.

Віталік Бутерін – покупка, яка йде повним колом.

Один з творців мережі Ethereum, Віталік Бутерін недостатньо активний у світі NFT, щоб у світі стати на перше місце в списку кандидатів, які претендують на право власності на Crypto Mona Lisa. Тим не менш, програміст має історію з цією конкретною картиною і приєднався до шоу на основі NFT, закликаючи до використання NFTs для здійснення соціальних змін.

У 2018 році Бутерін побачив картину "CryptoMother" і навіть залишив на ній свій автограф, але це не головна причина, чому він може бути зацікавлений у творі. З 2017 року, коли картина вперше була представлена публіці, нинішній власник відхилив всі пропозиції про покупку. Власник глибоко цінує витвір мистецтва і щиро вірить в його значення для криптосвіту. Ось чому через стільки років випуск «CryptoMother» приурочений до 6-річчя Ethereum і запуску Лондонської hard Fork.

CryptoMother апелює до паралелей між важливістю всієї екосистеми блокчейна і роллю матері, яка охороняє всіх криптолюбителів.

Нинішній власник твору ділиться прагненнями Бутерін зробити соціальне благо і пообіцяв пожертвувати частину виручки від аукціону на благодійність. Якщо Віталік Бутерін дійсно придбає Crypto Mona Lisa, це дуже акуратно заокруглює історію твору мистецтва (*див Додаток 4*).

Основна різниця між цими експонатами та іншими полягає в тому, що цифровий твір експонується постійно, а не тільки тоді, коли музей вирішує вийняти його із запасника. Процес колекціонування також включає питання збереження – і це одне із найскладніших завдань, які ставить цифрове мистецтво. Цифрове мистецтво часто називають ефемерним та недовговічним; це визначення правильне лише частково. Будь-яке, що розгортається у часі твір, наприклад перформанс, по суті своїй ефемерний і по закінченні залишається, зазвичай, лише як записи. Цифрові артефакти, які передбачають процес, дійсно ефемерні, але при цьому цифрові технології розширюють можливості фіксації процесу демонстрації цифрового артефакту, що розгортається в часі.

Біти та байти, по суті, зберігаються краще, ніж фарба, кіно-або відеоплівка. Поки що існує інструкція доступу до артефакту – наприклад, у вигляді роздруківки на папері – артефакт не втрачено. Недовговічність цифровому мистецтву надає стрімкого розвитку техніки та програмного забезпечення – від зміни операційних систем до збільшення дозволу екранів та апгрейду браузерів. Основними способами зберігання є фіксація в комп'ютерній пам'яті, збереження техніки та програмного забезпечення потрібного покоління, емуляція, тобто «відтворення» програмного забезпечення, техніки та операційних систем через так звані емулятори, що симулюють оригінал; міграція, тобто апгрейд до наступної версії «софту» та «заліза», і «ре-інтерпретація», тобто «перестановка» твори у сучасному

контексті та середовищі. Ініціативи, спрямовані на збереження цифрового мистецтва, виходять як від музеїв, а й від урядів, національних і міжнародних організацій. Серед них – консорціум Variable Media Network, який виступив з ініціативами «Архівування авангарду» та «Створення ініціатив майбутнього»; DOCAM (Documentation and Conservation of the Media Arts Heritage, документація і консервація наслідків медіаарту), і навіть консорціум Media Matters. З початку 1990-х років цифрове мистецтво розвивається гігантськими кроками, і тепер вже зрозуміло, що не зникне. Поширення цифрових технологій та їх зростаючий вплив на життя та культуру, безсумнівно, призведуть до створення нових творів, які відображатимуть це культурне явище або відштовхуватимуться від нього. Поки що, проте, ще важко сказати, чи знайде цифрове мистецтво постійний притулок у музеях та інших установах культури або існуватиме в інших контекстах – у рамках та за підтримки все більше численних центрів мистецтва та технологій та науково-дослідних лабораторій

Висновки до 2 розділу. Естетична лінія веде від когнітивної до телематичної та телероботичної людини питання в цілісній і безперервній, але ще не прямій лінії з початком і кінцем. Отже, він торкається великої кількості екстраестетичних областей, таких як політична, економічна, біологічна та інші наукові галузі. Ці зони завжди обробляються з певною дистанцією та в межах естетики контексту, а також з естетичною завершеністю. Це пояснює глобалізацію відкритість віртуальних творів. Новим у віртуалізмі є саме його віртуальність, його потенційність і перш за все його відкритість. Для віртуального мистецтва ця відкритість реалізується і в тому, і в іншому з точки зору художників та їхньої творчості та з точки зору митців слідкувати за користувачами в їхніх взаємних діях. Ця відкритість передбачає певну кількість свободи і свободи для дій і творення, але не радикально зруйнувати те, що було раніше. Цей відкритий віртуальний стан відповідає потреби як особистості, так і суспільства змиритися з плином і віртуальний динамізм, який характеризує нашу нинішню ситуацію. На думку критиків модернізму, те, що я зараз називаю віртуальним мистецтвом, може можна охарактеризувати як пуристське відкидання як стилістичного анархізму, так і історичного традиціоналізму. Це тому, що ці критики вважають постмодернізм еклектично поєднує в собі безліч попередніх художніх стилів, відроджуючи історії та традиції. Такі критики стверджують, що складність, суперечливість,

Процес колекціонування також включає питання збереження – і це одне із найскладніших завдань, які ставить цифрове мистецтво. Цифрове мистецтво часто називають ефемерним та недовговічним; це визначення правильне лише частково. Будь-яке, що розгортається у часі твір, наприклад перформанс, по суті своїй ефемерний і по закінченні залишається, зазвичай, лише як записи. Цифрові артефакти, які передбачають процес, дійсно ефемерні, але при цьому цифрові технології розширюють можливості фіксації процесу демонстрації цифрового артефакту, що розгортається в часі.

Розділ 3. ПРОМОЦІЯ ТА ЕКСПЕРТИЗА АРТОБ'ЄКТІ

3. 1. Артринок і цінність артоб'єктів

Сучасний світ – це світ невідчутних активів, світ, де змінюються правила ведення бізнесу та фактори конкурентоспроможності компаній [10]. При цьому, невідчутні активи (імідж, бренд тощо) мають різну значущість на різних ринках. Крім того, артринок збільшився майже на 20 %. Як зазначають експерти, зростання арт-ринку визначається не «капризами мільярдерів», а стратегічною політикою музеїв, які роблять покупки такого роду, на основі іміджу та сподіваючись на появу нових грошових потоків від відвідувачів та інших зацікавлених сторін, індукованих даними інвестиціями. Найчастіше проактивні маркетингові стратегії приносять музеям значні дивіденди і породжують появу високоприбуткових (проривних) музейних проектів [55]. Тому дослідження проблем артринку і є нині таким актуальним.

Для потенційних інвесторів велике значення мають як особливості артоб'єкта, а й специфіка функціонування самого ринку творів мистецтва. З позиції економічної теорії відмінними рисами артринку є:

- Необов'язковий попит: «угоди купівлі-продажу відбуваються за умов необов'язкового попиту».
- Вільна невідтворюваність арт-об'єктів: арт-об'єкти зазвичай вільно невідтворюються (відтворення може розглядатися як підробка або відтворення дає артоб'єкт, що сприймається як принципово новий) [44].
- Обмежена раціональність. Відсутність стійких уявлень про художню користь приводить до неможливості застосування теорії раціонального споживання [11]. Ціна сама є компонентом цінності предметів мистецтва, вони купуються переважно всупереч звичайним раціональним міркувань [25].

- Висока мінливість цін на витвори мистецтва.
- Конкуренція недосконала з причин унікальності товарів, обмеженості предметів мистецтва та конфіденційності угод, що здійснюються» [13].
- Не виділяються виробничі фактори, немає обмежених ресурсів [18].
- Відсутність повноти інформації. Немає сталого уявлення про власні потреби, ні можливості артпродукту задовольнити їх. Інформація на артринку може бути необ'єктивною, оскільки залежить від суб'єктивних критеріїв, «творчої компоненти [45]. Крім того, вона навмисне необ'єктивна, оскільки ринок зацікавлений в інформаційній заміні. Розрив експертного та повсякденного уявлень дає ґрунт посередникам (галереям, аукціонним будинкам) для спекулятивних процесів по збільшенню ціни та формування модних тенденцій. Сьогодні популярним на ринку мистецтва можна зробити, що завгодно, адже справжню цінність того чи іншого твору знають небагато фахівців, а покупці здебільшого можуть орієнтуватися лише на власні інтуїцію та припущення [46].

Зазначимо, що сам артринок має високу специфічність, порівняно з іншими компонентами економічної системи суспільства. «Ця специфіка обумовлена, насамперед, особливостями витворів мистецтва як комерційних цінностей, а також складністю формування ціни на них і хаотичність попиту, схильного до впливу різних суб'єктивних факторів, зокрема модних тенденцій» [18].

Артринок та цінність артоб'єктів. Говорячи про цінність творів мистецтва, слід враховувати, що вони не є предметами гострої необхідності, не входять ні до першого, ні до другого «споживчих кошиків». Їхнє місце у шкалі потреб залежить від рівня розвитку культури в суспільстві, від ступеня добробуту та освіченості населення. «Предмет мистецтва перетворюється на товар лише тоді, коли доведе свою корисність споживачеві, і він готовий їх придбати, обміняти, прийняти у заставу. Твір отримує свою економічну оцінку, що визначається щоразу ситуацією над ринком. Механізм цінових

сигналів – більш менш правильний індикатор ринкової цінності. Отже, і естетична оцінка (вона входить у поняття корисності) творів мистецтва зрештою дається в ринковій системі покупцями, замовниками».[25, с. 64].

Цінність арт-об'єктів, по суті, не зводиться до будь-якої специфічної міри, тому і відсутня будь-яка можливість запровадження несуперечливої одиниці виміру. «Не існує розрахункових алгоритмів для об'єднання безлічі незалежних показників товарів, виготовлених з урахуванням різнорідних ресурсів до одномірної – фінансової. Можливе лише взаємне позиціонування». [22, с. 52] Все це стало очевидним для економістів вже у XVIII столітті і призвело до появи категорії граничної корисності. У сфері мистецтва граничний аналіз є зручним, оскільки нівелює протиріччя між утилітарним і духовним ноутворенням.

Покупці наслідують свої переваги, на основі обізнаності про гідність речей та довіри до цін, перенесеної з господарської практики. Таким чином, сама ціна включається до цінності. «Чим дорожчий витвір мистецтва – тим, на думку громадськості, він цінніший» [26, с. 161] Така ситуація виникає у зв'язку з тим, що більшість покупців на арт-ринку не є експертами в галузі мистецтва і не можуть самостійно визначити художню цінність кожного конкретного твору, отже, роблять висновок про його цінність, є азовою для складання ціни та стану на ринку за індексом Мозеса-Мея.

Зазначимо, «що ринкова ціна предмета мистецтва, що встановилася одного разу, як правило, може переміщатися лише вгору, адже якби ціна якоїсь пам'ятки істотно знизилася за певний проміжок часу, то автоматично девальвації підлягала б його художня цінність, а значить, і репутація артринку загалом, поставив початкову оцінку.» [9]. На відміну з інших ринків культурних продуктів, – літератури чи музики, – успіх ринку мистецтва вимірюється зростанням цін, а чи не обсягом продажів. Зростання цін на роботи художника говорить тим самим про розвиток його кар'єри або визнання його творчості світом мистецтва; одночасно з цим зростання цін

дозволяє колекціонерам відчувати себе у безпеці щодо придбань, які вони вже зробили чи збираються зробити у майбутньому. Позитивні значення зростання цін спонукають дилерів максимізувати ціни, а чи не прибуток: підвищення цін сприймається як символ успіху чи гарантія якості роботи. [61, с. 45] Ціни на витвори мистецтва не лише існують як економічні індикатори естетичної якості, але також виконують значну роль у встановленні певного соціального порядку. З допомогою цін дилери зберігають стабільність над ринком. [61, с. 138]

Факт визнання за художником права на невдачу, невизначеність результатів його творчості (у тому числі й економічних) вказує на те, що апріорно визнається і самоцінність творчого процесу, студійних та експериментальних робіт, що не отримують, як правило, ні суспільного визнання, ні скільки-небудь значної вартісної оцінки. Тобто самі собою витрати праці тут не є визначальними, як у ситуації з багатьма іншими видами товарів. Значну роль відіграє час, який інші присвячують тому, щоб познайомитися з твором мистецтва. Отже, що привабливіший цей продукт у власних очах суспільства, що більшої цінності його наділяють самі споживачі, то більшу вартість він набуває. Обсяг вартості зростатиме до тих пір, поки цей твір задовольняє естетичним потребам суспільства, ніби обростаючи дедалі більше цінністю, все новими споживачами. Можливо, саме із цим пов'язане збільшення вартості картин старих майстрів.

Мистецтвом є все, що учасники артринку визнають таким. Особливо яскраво ця ідея демонструється в сучасному так званому концептуальному мистецтві, коли, по суті, продається не арт-об'єкт, а ідея, закладена в нього. Доказом цього є, наприклад, творчість Марселя Дюшана, зокрема його «Фонтан» 1917 року, що є перевернутий пісуар, наділений назвою та ім'ям автора. [28, с. 218] Цінність цьому предмету надають не його фізичні характеристики, а те, чим наділив його спочатку автор: ідеєю, укладеною в назві, і своїм ім'ям, а потім громадськість, причому більшою мірою. Значні

труднощі в оцінці творів мистецтва представляють інсталяції, перформанси, хепенінги, тобто. все те, що становить досить значну частину сучасного концептуального мистецтва. Вони є предметами як, тобто. не можуть скласти частину чиєїсь колекції або просто існувати після самого арт-явлення. Після його закінчення залишаються лише копії – кадри відео та фотозйомки, які не становлять значної цінності власними силами. Інвестори, меценати найчастіше беруть участь у створенні подібної події як спонсорів, що підвищує їхню значущість в арт-середовищі, відповідно позитивно впливає і на вартість творів мистецтва, які перебувають у їхній власності.

У великому артбізнесі багато творів, що надходять на продаж, штучно наділяються цінністю. Одним із методів здійснення аукціонної діяльності є створення моди на художника, стиль, період в історії мистецтва, що робить їх надзвичайно прибутковими. Для цього застосовуються найрізноманітніші засоби: підключаються професійні асоціації арт-дилерів, а найголовніше – засоби масової реклами (телебачення, преса, радіо, професійні арт-видання). Крім цього, «робиться низка демонстративних продажів за штучно завищеними цінами, при цьому аукціони нерідко купують ці речі самі в себе (що в принципі заборонено)» [37, с. 57] Мета всіх спекуляцій, що вживаються, полягає в тому, щоб у свідомості громадськості встояла думка, що рекламований художній. або стиль є найбільш вигідним і перспективним для вкладення капіталу.

Надзвичайно важливі формування моди, отже, і цінності купівлі творів мистецтва відомими людьми, персональні виставки, різні нагороди, звання (такі, наприклад, як «заслужений художник»).

Ціна – результат дії кількох факторів. Особливість арт-ринку полягає в тому, що крім об'єктивних факторів, існує безліч суб'єктивних, які впливають на підсумкову ціну набагато більшою мірою. Безперечно, найоб'єктивнішими є кількісні критерії оцінки арт-об'єкта: те, що можна безпосередньо виміряти, порівняти, і головне – те, про що мають уявлення

всі учасники арт-ринку. Йдеться, по-перше, про розмір твору, по-друге, про матеріал і техніку виконання. Є поняття «галерейний розмір», тобто. такий розмір твору, який спочатку не підходить для житлових інтер'єрів (просто не вміщується туди) та призначається для спеціально організованого простору: музею, галереї, рідше приватної колекції. Відповідно і цільовою аудиторією, основними покупцями подібних предметів можуть стати лише якісь організації або багаті колекціонери, які мають відповідне приміщення або мають можливість його придбати/орендувати. Звідси й високі ціни на такі твори. У повній відповідності з теорією вони мали б і продаватися рідше, проте, якщо картина належить пензля відомого художника, то попит на неї часто може бути вкрай високим через дефіцит визнаних ринком і споживачів майстрів (особливо – старих майстрів) [14, 10].

Слід сказати, що це фактори ціноутворення, що перераховуються тут, відносяться до основної маси товарів художнього ринку, і порівняння ведуться також між ними, а не з одиничними відхиленнями від цих середніх показників. І, задля справедливості, варто зазначити, що всі справді значущі твори, які могли б побити існуючі рекорди цін, вже знаходяться, як правило, у зібраннях найбільших музеїв і найближчим часом вони явно не стануть об'єктами арт-ринку. Повертаючись до розміру твору, не можна порівнювати великоформатні твори з тією ж Моною Лізою виключно за цим критерієм. «Будь-які кількісно обґрунтовані чинники ціноутворення тут можуть мати лише усереднений характер, «оскільки оцінку такого товару, як предмет мистецтва, супроводжує ефект крайнощів, що порушує баланс ціни». [9, с. 115] Більше того, слід пам'ятати про гедоністичний мотив учасників ринку, що не дозволяє встановити скільки-небудь точну ціну на основі раціональних міркувань.

Ціна також безпосередньо залежить від матеріалу та техніки. Так, характеристика «полотно, олія» цінується набагато більше, ніж «картон, олія». У той же час живописні роботи продаються за вищою ціною, ніж

графіка. Але і всередині графіки є цінові переваги: акварелі дорожчі за естампи. [47, с. 134] В останньому порівнянні протистояють відразу кілька факторів: з одного боку, естампи, безсумнівно, більш затратні і за зусиллями, і за інструментами/матеріалами, і за часом майстра, а, з іншого боку, акварелі унікальні, існують в єдиному екземплярі. До того ж візуально вони, як правило, ефектніші. Вже тут можна простежити тенденцію в силі впливу різних факторів: об'єктивний матеріальний аспект поступається соціально-психологічному, який полягає у праві володіння унікальним твором. Ціни на скульптуру так само значною мірою залежать від матеріалу: бронза дорожча за глину, так у свою чергу коштує приблизно стільки ж, скільки і дерево.

При торгівлі антикваріатом ціна залежить від того, наскільки документально підтверджено та простежено генеалогію предмета мистецтва, перелік його колишніх власників, а також від того, яка організація проводила експертизу. Природно, реставрована та засвідчена документально робота коштуватиме значно дорожче.

В умовах сучасного арт-ринку на ціну картини/скульптури вже впливає не так її художні властивості, як біографія та репутація художника. [60] Статус художника складається з безлічі складових, і виділити основні та другорядні надзвичайно складно, якщо не неможливо в принципі. Одним з найбільш об'єктивних критеріїв є те, чи живий він чи вже помер. Зазначено, що у випадку картини покійних майстрів цінуються більше, ніж твори живих. Швидше за все, тут грає роль те саме прагнення мати унікальний твор: раз художник вже помер, то й кількість його творів обмежена і збільшитися вже не може. До того ж ціни на арт-ринку мають незмінну тенденцію до зростання (якщо не до зростання, то, принаймні, не до зменшення). Отже, ціни на твори померлого автора вже могли кілька разів збільшитися при кожній своїй появі на художньому ринку.

Попадання твори до остаточних зборів, тобто. до державного музею, будучи визнанням його значимості знавцями справи, як і позитивно позначається статусі художника. Важливим є й те, у яких галереях він виставлявся, де відбувалися його виставки.

Ціна дуже часто обумовлюється не так тим, що продається, скільки тим, де продається [41]. Нездоланний потяг споживача до нескінченно тиражованих Айвазовського чи Шишкіна пейзажів визначає колосальний попит ними, отже, і асортимент із цінами багатьох галерей. Дійсно варті, унікальні за своїм виконанням твори сьогодні вимагають від продавця додаткових зусиль на рекламу у всіх її формах, а це те, на що не здатні або не готові піти дрібні галеристи. Відповідно складається така картина: є т. зв. «елітні» галереї, розраховані на заможного та освіченого у сфері мистецтва клієнта, і є дрібні місцеві галереї та вуличні вернісажі, ціна та асортимент яких задовольняють середнього покупця. Різниця в ціні на один і той же твір може бути колосальною залежно від «продавця»: обсяги угод, які укладаються в маловідомих залах, відрізняються на порядки від обсягів угод у престижних галереях та аукціонних будинках. Сертифікат галереї сам собою стає товаром [22].

На ціну також впливає частота згадок про художника у солідних арт-виданнях. Як відомо, погані реклами не буває, тому на ринку сучасного мистецтва найчастіше саме епатаж стає засобом залучення потенційних покупців. [36, 59, 63]. Крім характеристик самого твору, ціна залежить від потужності ринку та концентрації на ньому капіталу [17, с. 128].

У момент здійснення угоди на ціну надають сильний вплив і психологічні чинники: настрої покупця та продавця, взаємна антипатія чи симпатія, їхня імпульсивність, здатність йти на поступки, ступінь конфіденційності угоди. Усі ці чинники є малоістотними з погляду економічної теорії, але, як свідчить практика, часто є вирішальними щодо остаточної вартості твору мистецтва [41].

Для цінності витвору мистецтва неможливо встановити будь-яку універсальну одиницю виміру. Кожен із учасників ринку визначає її сам. Почасти у зв'язку з цим витвором мистецтва може стати будь-що, якщо учасники ринку визнають даний об'єкт таким. Проте навіть визначення цінності можна встановити свої закономірності. Так, сама ціна входить до категорії цінності. Особливістю арт-ринку є те, що одного разу встановлена ціна має свободу переміщення лише нагору. Цей факт дозволяє дилерам знизити невизначеність і не дискредитує сам ринок, адже зниження ціни означало б зниження цінності, встановленої при початковій оцінці. Ціна на витвір мистецтва визначається як економічними, так і позаекономічними параметрами. Розмір, матеріал, техніка, репутація та популярність художник, місце продажу, потужність сегменту ринку та його географічне положення – ось основні критерії, що визначають ціну. Не менше значення мають і психологічні чинники, несуттєві з економічної точки зору, але часом мають визначальне значення у формуванні кінцевої ціни угоди.

Висновок. Таким чином, якщо уявляти особливості артринку, то інвестування в арт-об'єкти видається досить розумним з точки зору багатьох інвесторів. Зазначимо, що підвищується конкурентоспроможність територій та місць, де виставляються арт-об'єкти, що, у свою чергу, призводить до зацікавленості держави у розвитку арт-ринку. Тим більше, що за оцінками експертів, у довгостроковій перспективі зростання арт-ринку більшою мірою залежить від зростання обсягів продажу, ніж від можливих негативних факторів (інфляція, кризові очікування тощо), причому сьогодні розвиваються різні цінові сегменти. Отже, є бажаним розробка (у найближчій перспективі) основ державної політики розвитку українського артринку, що дозволить нам зайняти більш привабливі місця на глобальному ринку та підвищити конкурентоспроможність країни.

3.2. Арт-продукт: формування собівартість і особливості промоції

У сучасному суспільстві цінність витвору мистецтва визнається тоді, коли гарантовано його конвертованість у гроші. Тут у гру вступають галеристи та арт-дилери; вони визначають напрямок руху художнього ринку, стимулюють попит і контролюють пропозицію. На перший погляд, вся гра аукціонів, галеристів і критиків нагадує рулетку, але при найближчому розгляді виявляється добре прорахованим ризиком.

Вперше ажітаж з приводу мистецтва виник у XVII столітті в Нідерландах. Місцеві майстерні надміру випускали витвори мистецтва – близько 70 тисяч картин щорічно. Володіння картинами відповідало способам життя середніх верств суспільства. Зріс попит - зростала і пропозиція; на ринок виходили художники всіх рівнів, а невпевненість як попадали ринку картин зробила обізнаних торговців поручителями перед клієнтами.

У Франції XVIII століття торговці ініціювали відмову від італійського історичного живопису та розбудили інтерес багатих збирачів до північноєвропейської жанрової картини.

Атрибуція та розпізнавання руки майстра стало основним питанням, колекціонери стали купувати «імена замість робіт» – стався перехід до сучасного художнього ринку.

Успіх імпресіоністів став ще однією віхою становлення ринку у сфері мистецтва. Успіх цей став результатом боротьби галеристів і торговців зі стандартами Академії та думкою критиків. Багато критиків помилялися в оцінці імпресіонізму, і ті, хто протистояв новому мистецтву, опинилися під ударом. Ознакою авторитету стала відкритість новому, уміння оцінити незвичне мистецтво і бажання ризикувати. Діючи у зв'язці галеристи та торговці із задіяними кураторами, колекціонерами та критиками могли сприяти успіху того чи іншого напряму у мистецтві. Питання якості тепер

залежало тільки від них. Стало можна говорити про організований маркетинг у сфері художнього ринку.

Галерист стає організатором кар'єри художника. Це люди, чиї імена ми не завжди пам'ятаємо, але саме вони зробили з недоступного класика: Поль Дюран-Рюель сприяв просуванню імпресіонізму, відкривач кубізму Даніель-Анрі Канвейлер та менеджер поп-арту Лео Кастеллі. Справжнім відкриттям вважав останній як вміння знайти художника, а й зробити з нього, що він є, надати йому значення [28, с. 113-120].

Формування вартості. Чому живопис треба купувати дорого. Конфіденційність у фінансових питаннях – одне із неписаних законів художнього ринку. Угода, що перетворює ідеальні цінності на матеріальні, відбувається під покровом таємниці. У творів мистецтва, виставлених на продаж у галереях, немає, зазвичай, бирок із ціною. Для багатьох людей, включаючи економістів, ціноутворення на ринку мистецтва є загадкою. Тут втрачають чинність навіть елементарні закони попиту та пропозиції. Ціна картини не падає, навіть якщо вона довгий час не може знайти свого покупця. Порушується на ринку мистецтва та закон рівноваги. Розбіжність ціни первинному і вторинному ринках залишається, не вирівнюючись через арбітраж (коли купується там, де дешево, а продається там, де дорого). Ці економічні суперечності впливають із відмінності в системах оцінок, що діють у мистецтві та на ринку і які стикаються один з одним на ринку мистецтва.

Треба також розуміти, що продати 5 картин по 10 тисяч набагато складніше, ніж одну за 50, отже, нижча ціна не стане стимулом для покупців і дилерів. Ще питання – якщо художник дозволить собі хоча б раз зробити розпродаж на свої картини та опустити ціни, він ризикує втратити інтерес галереї та колекціонерів до себе. Для художника-початківця це неприємно, адже продати роботи молодого живописця зможуть швидше за все досвідчені на ринку агенти та аукціонні будинки, ніж він сам.

«Отже, купуйте мистецтво та купуйте дорого. Потім продайте ще дорожче» [28, с. 40-45].

Музей як посередник просування. Музеї та їх куратори мають великий вплив у світі мистецтва, хоча й не всім очевидним. Кожен художник, щоб стати брендовим, має туди проникнути. Музеї на перший погляд не залежать від ринку, тому їхня оцінка не часто піддається сумніву. «Музейну якість» набувають твори та їх автори в очах оточуючих, як тільки опиняються у просторі музею. Музейні працівники впливають не лише на вибір колекціонерів, а й на ціни. Саме куратори вирішують, що сьогодні побачить публіка, а їхнє рішення залежить від того, що говорять про мистецтво дилери та художники, хто й у якій кількості відвідує виставки у дилерів.

Музеї потрібні мистецтву, щоб виходити на потрібний рівень, але й зворотне теж вірно – витвір мистецтва може стати обличчям музею та підвищити його статус. [7] З 20 тисяч відвідувачів Лувру, які проходять щодня перед «Моною Лізою», більше половини прийшли до музею лише для того, щоб побачити її, і не збираються дивитися більше нічого. Музеї набувають знакових творів, покликаних зробити музей відомим, адже бути таким – вигідно!

Є й інший спосіб зробити музей брендовим – його віддають перевагу піклувальникам музеїв сучасного мистецтва – архітектура. Туристи при цьому частіше приходять подивитися на саму будівлю музею, ніж на його колекцію. Одним із прикладів може служити центр Помпиду в Парижі.

Купівля твору як «обличчя» музею здатна розвинути його бренд. Споживачі готові віддати вдвічі та втричі більше, щоб почути голоси брендових тенорів та користуватися косметикою відомої фірми. Щоб вважати «брендовим», музей повинен мати у своїй колекції твори знакових художників епохи, а не просто якісних та цікавих, але менш відомих. "Брендові" художники визначають "брендовий" музей, а він, у свою чергу, експонує їхні картини.

Проте, сказати, що експозиція музею відображає уподобання та смаки кураторів чи піклувальників, а тим більше являють собою символ невинних цінностей, буде неправильно. Те, що бачимо на стінах музеїв, визначається грошима. Адже, щоб виправдати державне фінансування, музей змушений вступати в конкуренцію за туристів із зоопарками, стадіонами та історичними музеями. З іншого боку, залучення приватного капіталу та дарувальників теж неволить музей, зменшує кількість місць на стінах для недарованих творів і змушує робити виставки, що увічнюють ім'я дарувальника.

Музей може вплинути на перебіг кар'єри художника. Наприклад, він може дарувати картину і тут же виставити її на аукціон – картина отримає вищу ціну завдяки провенансу (історія володіння художнім твором, його походження) – «передана музеєм сучасного мистецтва». Дарувальник отримує вищу цифру благодійних внесків – адже оцінка для цілей оподаткування проводиться за продажною ціною (тобто остаточна ціна торгів плюс комісійні). Іноді дарувальник виграє також у тому, що підвищується цінність інших робіт того ж художника, що є у його колекції. Інші лоти аукціону теж виграють від сусідства із твором, переданим відомим музеєм.

Музейна виставка – ще один голос на користь художника. Інформація про те, кого з художників обере музей для ретроспективної виставки – найбажаніша у світі мистецтва та привід для численних чуток. Будь-який дилер зробить значну знижку, якщо покупець повідомить його за секретом про майбутню виставку – чим і користуються директори музеїв. Найкращі клієнти галереї, у свою чергу, також отримують цю інформацію. На будь-якому те, що відбувається, називалося б незаконним використанням інформації, але ринку мистецтва це вважається корисним усім зацікавленим особам.

Взаємини брендової галереї та музею дозволять розставити пріоритети щодо сили впливу на ринку мистецтва. Очевидно, що брендової галереї простіше сплатити витрати, пов'язані з ретроспективною виставкою, тому її художники мають більше шансів надати у стінах музею. З іншого боку, відділ зв'язків із громадськістю створює навколо художника необхідний хвалебний Шум (дане поняття описано «Культурі маркетингу» Джона Сібрука [56, с. 90]) і публікує статті у засобах масової інформації, що викликає інтерес з боку музейних кураторів за сучасним мистецтву. Наступний крок галереї – продаж кращої роботи художника музею зі значною знижкою або навіть передача її у дар – художник представлений у музеї без жодного випробування часом. Коли мова піде про ретроспективну виставку – галерея може запропонувати у виборі та пошуку робіт – та фінансування. Понад те, галерея намагається контролювати контекст, де з'являються роботи її художника.

Найбільші та найвідоміші музеї найактивніше беруть участь у створенні нових брендів у сучасному мистецтві; художники та музеї діють тут у симбіозі. Створюючи нові художні бренди, музеї зміцнюють власний бренд, необхідний для комерційного успіху. Зі збільшенням числа музеїв творів на ринку сучасного мистецтва стає все менше, і ставки у брендингу зростають [59, с. 287-300].

Формування потреби та значення соціальної реклами. Потреба долучатися до мистецтва та прекрасного була, є і буде. Проте дуже важливою залишається проблема формування смаку рядового споживача. Як людині, яка не отримувала спеціальної художньої освіти, відрізнити гідний витвір мистецтва від картинки? Самоосвіта, безумовно, відіграє провідну роль. Проте, у питанні залучення уваги до сфери культури та мистецтва все більшого значення має соціальна реклама та соціальний маркетинг [47].

Невгамовна потреба нового – одна з рушійних сил, загальна для колекціонування та сучасного споживання. Більшість колекціонерів

відчувають по відношенню до новопридбаного твору найсильніші емоції. Але відчуття новизни минає, дослідження себе та твори завершується, і починаються пошуки нового улюбленця. Колекціонери – головний тип споживачів арт-продукту, люди, які не просто споживають, а формують цей ринок. Впливовий колекціонер, витрачаючи велику суму на улюбленого художника, створює попит на його роботу на ринку. Колекціонування, як і споживання – це нескінченна історія, тому що кожна задоволена забаганка породжує нове бажання.

Два інші типи споживачів мотивовані інакше – ці люди купують живопис епізодично. Одні мають картини для створення естетичного оточення у себе вдома, простіше кажучи, для прикраси інтер'єру. Інші купують у подарунок. І ті, й інші опиняються під впливом імен, брендів та смаків.

Наскільки велике вплив торгівлі на смаки і поведінка покупця, підтверджує дослідження джерел інформації, яку мають колекціонери. 70 відсотків збирачів одержують відомості від галерей. Далі, з великим відставанням, йдуть контакти з художниками (50 %), газети (понад 40 %), художні журнали (40 відсотків), телебачення та радіо (5 %) та інтернет (2 %).

Більшість нових колекціонерів, набуваючи мистецтва, хочуть бути впевнені в тому, що вони стають не просто банкірами, адвокатами чи менеджерами, а й сучасними Медічі. Насамперед, виявляють себе бажання престижу, пристрась до споживання та спрага прибутку. Однак, незалежно від того, наскільки твір успішно як товар на ринку, основоположні вимоги до нього залишаються колишніми – насамперед, художня робота має виникнути внаслідок внутрішньої необхідності.

3.3. Кураторський проект як успішна економічна і художня стратегія

Постать куратора за останні півстоліття стала невід'ємною частиною світу мистецтва. Народжена в епоху соціальних, економічних змін та радикальних зрушень у всій системі європейської культури, вона стала співучасником кардинальних змін у традиційній практиці роботи з мистецтвом. Кураторські проекти у вигляді масштабних бієнале чи локальних виставок з кожним роком приваблюють все більшу аудиторію. Показ мистецтва став частиною культурного дозвілля широкого кола людей – частиною глобальної та локальної індустрії розваг. У зв'язку з цим, на думку деяких учасників сучасного арт-світу, наприклад, таких як художник і історик мистецтва Максим Кантор, кураторська практика, що складається, руйнує художнє різноманіття. Вона використовує мистецтво швидше як засіб для отримання матеріальної вигоди та слави, ніж ставиться до нього як до мети. Слід зазначити, що кураторська практика постійно критикувалася майже з самого свого виникнення. [42, с. 165].

У сучасному ж арт-світі деякі художники також вкрай негативно відгукуються про художню систему, що склалася. Очевидно, що митці перетворилися на планктон, гарматне м'ясо, вони обслуговують систему. Адже саме система легітимує їх, дозволяє назватись артистом та дає можливість виживати в нових умовах. ...Художники давно втратили волю. Вони вже не змінюють світ, не порушують питань – вони відповідають на питання, які ставлять інші. Вони грають за чужими правилами, і хто краще грає, той успішніше просувається". [31 с. 15] Семен Файбісович також критично зауважує, що художники зараз потрібні як матеріал, з якого критики та куратори ліплять свої репутації. [31, с. 13]. М. Кантор переконаний, що до виникнення феномену арт-кураторства, незважаючи на те, що через обмеження, заздалегідь задані політичним режимом радянської

влади, багато художників не могли виставлятися, їх все одно було дуже багато. А багатству напрямів та їхньому розмаїттю могла позаздрити будь-яка інша країна. З приходом кураторства все це розмаїття було втоптане в бруд, а багато художників незаслужено забуті [13].

Також широко поширена думка про те, що кураторська діяльність зводиться до виконання функцій артменеджера – управлінця у світі мистецтва, чия мета полягає в тому, щоб забезпечити успіх проекту та економічну вигоду, де сама виставка є частиною індустрії розваг. Таким чином, основних творчих заслуг та зусиль, на які куратори витрачають більшу частину сил та ресурсів, суспільство просто не помічає за їх менеджерськими функціями. [13; 26; 43]

Куратори, особливо ті, хто намагається теоретично осмислити свою професію, не згодні з критикою, що постійно зростає. Наприклад, Віктор Мізіано у “П’яти лекціях про кураторство” пише про те, що створення виставки – це особистий, творчий процес, що передбачає повну залучення куратора, вибудовування тісних емоційних зв’язків з художниками та іншими учасниками проекту. Ця професія потребує розвиненого художнього смаку, здатності робити правильний відбір арт-об’єктів, учасників виставки та місця її проведення тощо. Все це є видом нематеріальної праці, яка часто не помітна з боку. Для менеджера творча складова проекту не є першорядно важливою, йому важливіший математичний розрахунок і статистика, що дозволяють економічно забезпечити проект.

Проте слід зазначити, що провести чіткий кордон між цими двома професіями не можна. Погодимось з думкою В. Савчука, який справедливо зауважив, що “кураторський проект виходить за межі мистецтва, тому що вимагає місця, часу, коштів та права на свою реалізацію. Отже, він вторгається у суспільну, економічну та політичну реальність, стратегії взаємини з якими вимагають від людини виконання найрізноманітніших ролей: юриста, художника, котирувальника, гравця, менеджера, знавця

філософських ідей тощо” [54]. Таким чином, арт-куратора покладається велика відповідальність як за організацію художнього процесу, так і за все, що його супроводжує. Куратор повинен сприйняти задуми художників та забезпечити адекватний показ їхніх робіт. З іншого боку, йому необхідно подбати про успішність проекту, яка залежить від атрактивності виставки.

Прийоми, якими куратори підвищують інтерес глядачів до проекту, часто зустрічають несхвалення та побоювання у багатьох теоретиків та критиків мистецтва. На їхню думку, сильні інструменти для привернення уваги здатні відволікати від самого мистецтва, перетворюючи виставку на атракціон. Однак при грамотно побудованій професійній роботі таких проблем не виникає. Здатність знайти баланс між інтелектуальністю та атрактивністю та вмінням правильно розставити смислові акценти лежать в основі успішної кураторської діяльності.

Для того, щоб детальніше розібратися в даному аспекті, звернімося до розгляду кураторської практики, що стане для нас чудовим прикладом поєднання серйозної теоретичної та художньої роботи з активним використанням методів, що підвищують атрактивність. Організатори приділили увагу створенню особливої атмосфери, яка занурює глядача. По-перше, архітектура виставки складалася із заплутаних лабіринтів з неправильними стінами, що то завалюються назад, то падають уперед. Їхні нестійкі, неприродні лінії поєднувалися з нетлінними полотнами, що зберігають безсмертні ідеї своїх творців. По-друге, організатори подбали про саунд-дизайн – музичну композицію, що супроводжує виставку. Вона була написана спеціально для проекту.. Спокійна мажорна мелодія забезпечувала необхідний рівень сприйняття, оберігаючи глядача від впадання у похмурі думки. Вона утримувала глядача від мимовільного усунення та табування важкої для багатьох теми. По-третє, не менш важливою виявилася гра світла і тіні, яка активно використовується кураторами, яка була покликана підкреслити світлотінь на художніх полотнах і діалог сусідніх робіт.

Таким чином, організатори виставки намагалися активно впливати одразу на всі органи почуттів відвідувачів. Зазначимо, що ця стратегія може бути дуже ефективна для залучення середньостатистичного глядача, і навпаки, може відштовхувати або провокувати на критику людини, яка займається мистецтвом професійно.

За підвищеним рівнем атрактивності на виставці виявляла себе глибина всього художнього та концептуального змісту.

Ретельність опрацювання організаторами контексту репрезентації та атмосфери можна пояснити не лише прагненням привернути увагу найбільшій кількості глядачів, а й прагненням правильно висвітлити тему смерті, обтяжену її вербальною невимовністю. Образотворче мистецтво, як і музика, виключає «вербальне прокляття» у переживанні та усвідомленні складних тем, де слова або недостатні, або неточні [16]. Це «прокляття» організатори виставки уникають завдяки створенню атмосфери перерахованих раніше невербальних засобів.

Говорячи про художній та концептуальний зміст, слід приділити особливу увагу методу побудови синтаксису виставки. Основним принципом відбору та поєднання художніх робіт, за словами організаторів, став трансісторизм, тобто. поєднання творів різних епох через подоби, що виявляються між ними. Якщо попередні методи, створені задля створення правильної атмосфери, впливали почуття глядача, то прочитання кураторських задумів, сприйняття діалогу, що виникає між картинами, вимагало інтелектуальної залучення глядача. Кожна стіна лабіринту-виставки була окремим ансамблем, включеним до загального сюжету експозиції. Організатори навмисно порушили автономність артоб'єктів. З закінчених та самобутніх історій організатори розмикали їх у єдине ціле з іншими творами, налаштовуючи між ними діалог. Між картинами і в їх єднанні народжувалися нові сенси, які до цього малопомітні або зовсім залишалися в тіні. Спроби осмислення подібних розмикань та пошук

подібностей на експозиції свого роду «квестом», або «розкадровкою». При цьому мета глядача у цьому «квесті» – розшифрувати розмову полотен. Подібний спосіб залучення глядача, безумовно, не можна назвати простим і невигадлигим. Глядач, що прийшов на виставку, залучається тут до серйозного художнього, інтелектуального процесу.

Яскравим прикладом діалогу арт-об'єктів є становище, подібність у фактурі, світлі та тіні говорили глядачеві про подібності, що поєднують пластично та психологічно ці артоб'єкти. Поєднання чорного віяла та білого фону, що проступає за ним з лівого верхнього кута, створює світлове поділ композиції на темне та світле. Чорний колір абстрактного метелика стає світлішим до центру композиції, до лівої половини роботи взагалі йде в білий колір. Виявляючи пластичні подоби, глядач поступово підходить до глибшого роздуму, в якому виявляється психологічна подоба арт-б'єктів, що розкриває нові пласти значень та смол.

Слід зазначити, що ефективно сприйняття глядачами результатів складної концептуальної роботи куратора з культурними контекстами та художніми образами було б неможливим без організації супутнього контексту репрезентації. Прийоми залучення глядача одночасно з нарощуванням інтересу навколо виставки готували його до майбутніх мистецьких та крій філософських роздумів над темою смерті.

Таким чином, характерна особливість кураторських виставок, що полягає в підвищеному рівні атрактивності, а також їхня причетність до індустрії розваг не говорять про те, що з приходом кураторства до арт-світу показ мистецтва втратив свій колишній піднесений статус, а саме мистецтво пішло на другий план. При збалансованому використанні куратором інструментів привернення уваги глядача відриваються нові перспективи діалогу з мистецтвом.

Слід зазначити, що не менш вадливими є використання у роботі куратора шляхи просування артпродукту;

1. Використання аканту у твітері, реклама, вступ до спільноти;
2. Інстаграм;
3. Discord – співтовариства артистів (див. Додаток 5);
4. Reddit – реклама, просування робіт.

Якщо необхідно збільшити аудиторію та поділитися особливо актуальними повідомленнями з більш широкою аудиторією, можна збільшити свій твіт, щоб розширити його аудиторію. Крім того, слід використовувати інструменти, які допоможуть вам відстежувати прогрес і переглядати результати.

Збільшення аудиторії. Перейдіть у свій профіль. На вебсайті: натисніть значок профілю. У додатку «Твіттер для iOS»: натисніть значок профілю у верхньому меню та виберіть пункт Профіль.

У додатку «Твіттер для Android»: у верхньому меню відображається або значок навігаційного меню, або значок профілю. Натисніть цей значок, який ви побачите, і виберіть профіль. Найдіть твіт для продвигання. Натисніть значок Переглянути дії з твами Натисніть Продвигать твит.

Для доступу до більш детальних даних аналітики та розширених можливостей управління просуванням твітом введіть вхід на сайт ads.twitter.com зі своїм іменем користувача та паролем у Твітері.

Наступний крок: [Reddit.com](https://www.reddit.com) – це американська соціальна мережа, яка може стати чудовим джерелом трафіку із США. Щоб зрозуміти, яким чином це можна здійснити, варто розібратися в особливостях платформи.

Початок роботи з сайтом. Почати працювати з сайтом можна шляхом простої реєстрації, коли потрібно ввести логін і пароль, без додаткового підтвердження за допомогою поштової адреси або номера телефону.

Кожна спільнота має певні особливості, а спільнота користувачів [reddit.com](https://www.reddit.com) – не виняток. Сайт та його аудиторія користується певними термінами, в яких має розбиратися людина, яка бажає отримати трафік на

редит. При першому відвідуванні сайту вам може здатися, що його інтерфейс досить важкий для розуміння, проте, не давайте помилковим помилкам взяти над вами гору. Як і на кожному сайті, тут є свої правила та заборони – з ними ви зможете ознайомитись під час реєстрації. Кожен сабредіт (спільнота) на reddit.com також має певний статут (див. Додаток 6).

Для прикладу розглянемо торгові майданчики NFT – це платформи або, простіше кажучи, торгові центри NFT, де їх можна продати, купити або обміняти. Вони створені спеціально для незамінних токенів і всі види цифрових робіт зберігаються, відображаються, продаються і в деяких випадках навіть створюються тут.

На сьогодні існує безліч таких ресурсів, але ми зупинимося на 5 найпопулярніших і найцікавіших з них див табл.

Отже, індустрія продовжує розвиватись, і вже зараз ми бачимо дуже багато перспективних проєктів. Популярність невзаємозамінних токенів тільки зростатиме в найближчі роки з появою інноваційних додатків для оцифрування мистецтва, прав власності, предметів колекціонування або просто для розваги (див. Додаток 7. Кураторські проєкти).

Торговая площадка	Особенности	Общий объем торгов за все время	Виды аукционов и листинг	Платформа	Сфера
OpenSea	Универсальная площадка, позволяющая торговать всеми типами NFT	\$649,31М	Фиксированная цена; Аукцион с ограниченным временем	ETH / Polygon	Коллекционирование
Rarible	Платформа, позволяющая создавать, хранить, продавать или покупать NFT	\$162,98М	Аукцион: Фиксированная цена	ETH	Коллекционирование
Nifty Gateway	Платформа, позволяющая покупать NFT, используя фиатные деньги	Нет точных данных	Лотерея; Open Editions; Аукцион; Тихий аукцион	ETH	Коллекционирование
SuperRare	Платформа, на которой можно собирать супер редкие предметы искусства	\$74,32М	Фиксированная цена; Аукцион с ограниченным временем; Открытые предложения	ETH	Коллекционирование
NBA Top Shot	Самая популярная платформа для продажи видео фрагментов со спортивных игр по NFT	Нет точных данных	Фиксированная цена	FLOW	Спортивные игры
Foundation	Платформа-аукцион	\$46,66 М	Резервная цена, затем 24-часовой аукцион	ETH	Коллекционирование

Висновок до 3 розділу. Таким чином, якщо уявляти особливості арт-ринку, то інвестування в арт-об'єкти видається досить розумним з точки зору багатьох інвесторів. Зазначимо, що підвищується конкурентоспроможність територій та місць, де виставляються арт-об'єкти, що, у свою чергу, призводить до зацікавленості держави у розвитку арт-ринку. Тим більше, що за оцінками експертів, у довгостроковій перспективі зростання арт-ринку більшою мірою залежить від зростання обсягів продажу, ніж від можливих негативних факторів (інфляція, кризові очікування), причому сьогодні розвиваються різні цінові сегменти. Отже, є бажаним розробка (у найближчій перспективі) основ державної політики розвитку українського арт-ринку, що дозволить нам зайняти більш привабливі місця на глобальному ринку та підвищити конкурентоспроможність країни.

Більшість нових колекціонерів, набуваючи мистецтва, хочуть бути впевнені в тому, що вони стають не просто банкірами, адвокатами чи менеджерами, а й сучасними Медічі. Насамперед виявляють себе бажання престижу, пристрасть до споживання та спрага прибутку. Однак, незалежно від того, наскільки твір успішно як товар на ринку, основоположні вимоги до нього залишаються колишніми – насамперед, художня робота має виникнути внаслідок внутрішньої необхідності.

Отже, ефективне сприйняття глядачами результатів складної концептуальної роботи куратора з культурними контекстами та художніми образами було б неможливим без організації супутнього контексту репрезентації. Прийоми залучення глядача одночасно з нарощуванням інтересу навколо виставки готували його до майбутніх мистецьких та криї філософських роздумів над темою смерті. Таким чином, характерна особливість кураторських виставок, що полягає в підвищеному рівні атрактивності, а також їхня причетність до індустрії розваг не говорять про те, що з приходом кураторства до артсвіту показ мистецтва втратив свій

колишній піднесений статус, а саме мистецтво пішло на другий план. При збалансованому використанні куратором інструментів привернення уваги глядача відриваються нові перспективи діалогу з мистецтвом.

На сьогодні існує безліч таких ресурсів. Отже, індустрія продовжує розвиватись, і вже зараз ми бачимо дуже багато перспективних проєктів. Популярність невзаємозамінних токенів тільки зростатиме в найближчі роки з появою інноваційних додатків для оцифрування мистецтва, прав власності, предметів колекціонування або просто для розваги.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі роботи над магістерським дослідженням досягнуто його мету, виконано всі поставлені завдання та отримано такі основні науково-практичні результати:

1. Встановлено, досліджено та проаналізовано цифрове і інтерактивне мистецтво, що є діалогом між художнім твором і учасником, що передбачає можливість впливати на твір мистецтва всередині його контексту. До безпосередньо артпростору висуваються вимоги швидше технічного характеру, адже у зв'язку з силою і глибиною впливу таких експозицій простір, в якому все відбувається, відходить на другий план, а досвід взаємодії з ним повністю підпорядковується інсталяції, однак при цьому в разі вдалого рішення цей досвід може бути поліпшений, а також наведені додаткові концептуальні та естетичні особливості.

2. Розкрито та обґрунтовано неоднозначність впливу процесу цифровізації на арт-ринок. Цифрові технології досягли такого рівня розвитку, що дають абсолютно нові можливості для творчості і його сприйняття. Слід зазначити про деякі такі можливості, які на сьогодні є сучасними, наприклад, цифрові технології додали нового композиційним творам та колажам, оскільки вони дозволяють з'єднувати окремі елементи, зосередившись на вигаданій формі щодо реальності. Запровадження нових цифрових технологій на прикладі блокчейну протистоїть проблемі авторського права. Крім того, слід враховувати всі показники щодо впровадження цифрових інструментів у креативний ринок, тобто його позитивну та ефективну трансформацію, чи вимирання окремих форм мистецтва.

3. Охарактеризовано споживчий артринок щодо глобалізації та відкритості віртуальних артпродуктів. Досліджено, що новим у віртуалізмі є саме його віртуальність, його потенційність і, перш за все, його відкритість. Для віртуального мистецтва ця відкритість передбачає певну кількість

свободи і свободи для дій і творення, але не радикально зруйнувати те, що було раніше. Цей відкритий віртуальний простір відповідає потребам як особистості, так і суспільства, змиритися з плином і віртуальний динамізм, який характеризує сучасний цифровий артпростір.

4. Простежено трансформацію цифрового артпростору, що поєднує в собі безліч попередніх художніх стилів, відроджуючи історії та традиції. Виявлено, що процес колекціонування також включає питання збереження – і це одне із найскладніших завдань, які ставить цифрове мистецтво. Цифрове мистецтво часто називають ефемерним та недовговічним; це визначення правильне лише частково. Цифрові артефакти, які передбачають процес, дійсно ефемерні, але при цьому цифрові технології розширюють можливості фіксації процесу демонстрації цифрового артефакту, що розгортається в часі. Таким чином, якщо уявляти особливості артринку, то інвестування в артоб'єкти видається досить розумним з точки зору багатьох інвесторів.

5. Проаналізовано конкурентоспроможність територій та місць, де виставляються артоб'єкти, що, у свою чергу, призводить до зацікавленості держави у розвитку артринку. Тим більше, що за оцінками експертів, у довгостроковій перспективі зростання артринку більшою мірою залежить від зростання обсягів продажу, ніж від можливих негативних факторів (інфляція, кризові очікування), причому сьогодні розвиваються різні цінові сегменти. Отже, є бажаним розробка основ державної політики розвитку українського артринку, що дозволить нам зайняти більш привабливі місця на глобальному ринку та підвищити конкурентоспроможність країни. Більшість нових колекціонерів, набуваючи мистецтва, хочуть бути впевнені в тому, що вони стають не просто банкірами, адвокатами чи менеджерами, а виявляють бажання престижу, пристрасть до споживання та жага прибутку.

6. Виокремлено особливості кураторського проєкту цифрового артпродукту, визначено інноваційний потенціал та шляхи промоції з метою їхньої оптимізації. Отже, ефективно сприйняття глядачами результатів

складної концептуальної роботи куратора з культурними контекстами та художніми образами було б неможливим без організації супутнього контексту репрезентації. Методами залучення глядача одночасно з нарощуванням інтересу навколо виставки готували його до майбутніх мистецьких роздумів над запропонованою темою. Таким чином, характерна особливість кураторських виставок, що полягає в підвищеному рівні атрактивності, а також їхня причетність до індустрії розваг не говорять про те, що з приходом кураторства до артпростору показ мистецтва втратив свій колишній піднесений статус, а саме мистецтво пішло на другий план. При збалансованому використанні куратором інструментів привернення уваги глядача відриваються нові перспективи діалогу з мистецтвом. Індустрія продовжує розвиватись, і вже зараз ми бачимо дуже багато перспективних проєктів. Популярність невзаємозамінних токенів тільки зростатиме в найближчі роки з появою інноваційних додатків для оцифрування мистецтва, прав власності, предметів колекціонування або просто для розваги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Arteïa запускает блокчейн-платформу для участников арт-рынка // РБК. URL: <https://plus.rbc.ru/pressrelease/5cab758a7a8aa9783eda8f0f> (Дата обращения: 11.06.2021).
2. Frank, Popper. From Technological to Virtual Art (англ.). MIT Press. 2007.
3. Gimpel R. Diary of an Art Dealer. L.: Pimlico, 1992. 480 p.
4. Grau, Oliver. Digital Art through the Looking Glass: New strategies for archiving, collecting and preserving in Digital Humanities. Edition Donau-Universität, Krems an der Donau, 2019.
5. Kroeber-Riel W., Esch F. -R. Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer, 2011. 404 s.
6. Nueno J.L., Quelch J.A. The mass marketing of luxury. *Business Horizons*. 1998. Vol. 41, Iss. 6– P. 61–68.
7. Pashkus V.Yu., Pashkus N.A., Pashkus M.V. Strong Cultural Brand Formation in the Global Economy of the Basis of Russian Art Market (on the Example of St. Petersburg). *Ekonomicko-Manažérske Spektrum*. 2016. №2. С. 49-61.
8. Schulze G. Die Zukunft der Erlebnisgesellschaft. *Eventmarketing: Grundlagen und Erfolgsbeispiele*. München: Vahlen, 1998. S. 303–316.
9. Velthuis O. Talking prices: symbolic meanings of prices on the market for contemporary art. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2013. 288 p.
10. Алиаскарова Ж.А. Фирма в Новой экономике: теории мотивации и результаты их применения. *Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием*. 2017. Т. 8. Вып. 2. С. 6-16.

- 11.Алмакучуков К.М. Особенности распределения культурных благ. *Инициативы XXI века*. 2014. № 2. С. 84-87.
- 12.Алмакучуков К.М. Феноменологический анализ культуры: новые предметные области маркетинга в сфере культуры. *Вестник ТНУ*. 2015. № 2/1. С. 8-12.
- 13.Антор М. Распад культуры. *Русский портрет. Около искусства*. URL:<http://rupo.ru/m/3463#.Uas-dNNi-98.facebook> (8-5).
- 14.Арутюнова А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. 232 с.
- 15.Бак Л., Грир Дж. Искусство в собственность. Настольная книга коллекционера современного искусства. М.: "Фэйс Фэшн", 2008. 336 с.
- 16.Бауман А. Каталог международной художественной выставки "Жизнь после жизни". Silakrogs, Latvia: SIA "PNB PRINT", 2019. 335 с. (2-1).
- 17.Бегма Ю.С., Шабельникова Д.В. Секреты ценообразования на арт-рынке. *Экономический журнал*. 2010. № 4. С. 128132
- 18.Бенаму-Юэ Ж. Цена искусства. М.: Артмедиа Групп, 2008. 159 с.
- 19.Бурио Н. Большой проект должен породить дискуссию. *Художественный журнал*. № 53. Изд. 2003. URL: <http://xz.gif.ru/numbers/53/burrio/> (3-2).
- 20.В Киеве открылась первая Украинская биеннале цифрового и медиаискусства перша. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-culture/3333713-v-kieve-otkrylas-pervaa-ukrainskaa-biennale-cifrovogo-i-mediaiskusstva.html> (дата обращения 16.10.2021).
- 21.Вельтус О. Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка. *Экономическая социология*. 2008. Т. 9, №. 3. С. 33–59

- 22.Веризм по-киевски: сюрреалистические коллажи Алексея Кондакова. ARTотека еды: веб-сайт. URL: <http://www.art-eda.info/verizm-po-kievski-surrealisticheskie-kollazhi-alekseya-kondakova.html> (дата обращения: 18.10.2021)
- 23.Галерейный бизнес: практические советы, как эффективно управлять галереей / Под ред. В.А. Бабкова. М.: Арт-менеджер, 2006. 236 с.
- 24.Голубович А.Г. Плакат на арт-рынке. *Вестник БГУКИ*. 2012. № 1. С. 64–70.
- 25.Гройс Б. Художник как куратор плохого искусства. Искусство утопии. М.: *Художественный журнал*, 2003. С. 232-239. (4-3)
- 26.Дерманов В. Предисловие к русскому изданию; Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб.: Стокгольмская школа бизнеса в Санкт-Петербурге, 2000. С. 10-14.
- 27.Досси П. Продано! Искусство и деньги. М.: Лимбус-Пресс, изд-во К. Тублина, 2011. 288 с.
- 28.Досси П. Продано! Искусство и деньги. СПб: Лимбус-Пресс, 2017. 288 с.
- 29.Дункан У. Дж. Основополагающие идеи менеджмента. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики. М.: "Дело", 1996. 272 с.
- 30.Зачем сейчас нужны художники? *Художественный Журнал*. 2017. № 101. С. 14-17. (7-4).
- 31.Калужский М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. 402 с.
- 32.Кляйн Н. No Logo. Люди против брендов. М.: Добрая книга, 2008. 624 с.

- 33.Колычева В. А. Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ. М.: Проспект, 2014. 132 с.
- 34.Конкурентоспособность и прорывное позиционирование в посткризисный период: коллективная монография / Под общей ред. Н.А. Пашкус. СПб.: КультИнформПресс, 2011. 298 с.
- 35.Костерина А.Б. Искусство и коммерция: учебное пособие. – Екатеринбург: Издательство РГППУ, 2008. – 108 с.
- 36.Лазарев К.А. Аукцион в системе мирового художественного рынка. *Художественный рынок как объект гуманитарного знания*. СПб.: СПбГУП, 2004. С. 53-60.
- 37.Левитт С., Дабнер С. Суперфрикономика. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. 288 с.
- 38.Левитт С., Дабнер С. Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями. М.: «Вильямс», 2007. 288 с.
- 39.Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2012. 352 с.
- 40.Матвиенко С. Продвижение арт-продукта. *Современные проблемы российской и зарубежной экономики*. Сборник научных работ молодых исследователей / Под общ. ред. Н.М. Старобинской. – СПб.: КультИнформПресс, 2011. С. 180-185.
- 41.Мизиано В.А. Пять лекций о кураторстве. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 232 с. (10-6)
- 42.О'Нил П. Культура кураторства и кураторство культур(ы). М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 272 с. (11-7)
- 43.Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А. Новая экономика и культура постмодерна: проблемы влияния. *Технологии информационного общества: Интернет и современное общество. Труды VII всероссийской объединенной конференции*. СПб.: Изд-во филологического ф-та СПбГУ, 2004. С. 29-32.

44. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А., Грегова Е. Продвижение в условиях Новой экономики: от создания инновационных продуктов к стратегии «прорывного» позиционирования. *Стратегический менеджмент*. 2012. № 1. С. 44-58.
45. Пашкус М.В. Анализ инвестиционной привлекательности объектов арт-рынка. *Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием*. 2016. Т. 7, № 3. С. 18-39.
46. Пашкус Н.А., Пашкус М.В. Стратегии инвестирования на арт-рынке: особенности оценки и подходы к ней. *Стратегический менеджмент*. 2013. № 4. С. 294-304.
47. Пол К. Цифровое искусство. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017. 272 с.: ил.
48. Пухачев А.С., Пухачев С.Б. Художественный рынок: учебное пособие. Новгород: Новгородский гос. ун-т им. Ярослава Мудрого, 2007. 178 с.
49. Пушницкий В. Фрагмент Интервью. URL: <https://m.youtube.com/watch?v=zqYiwSauG8M> (12-8)/
50. Развитие розничной торговли в России – [Электронный документ] – https://yandex.ru/company/researches/2017/market_gfk (Дата обращения: 11.10.2019).
51. Роцин П. Стоимость Вашей живописи или как продать свою картину URL: http://www.artpavel.ru/prodat_kartinu.html
52. Рыбаков Ф.Ф. Культура и рыночные отношения. *Российский экономический журнал*. 1992. № 12. С. 68-74.
53. Савчук В. Экспозиция куратора. *Художественный Журнал*. 2000. – № 32 URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/82/article/1796> (16-9)/
54. Селиванова Ю.В. Проактивный маркетинг в развитии государственного литературного музея "XX век": выставочное направление работы. *Менеджмент в сфере культуры и*

- медиакоммуникаций: инновационные подходы и технологии:*
Материалы III Международной научно-практической конференции.
СПб.: Санкт-Петербургский государственный институт кино и
телевидения, 2016. С. 219-223.
55. Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга, маркетинг культуры. М.:
Ad Marginem, 2005. 304 с
56. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и
магистратуры / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус и др. – М.: Издательство
Юрайт, 2018. – 225 с.
57. Сухарев А.Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты //
Дайджест-финансы. 2013. № 12. С. 35-42.
58. Томпсон Д. Как продать за 12 миллионов долларов чучело акулы.
Скандалная правда о современном искусстве и аукционных домах.
М.: Центрполиграф, 2017. 351 с.
59. Томпсон Д. Как продать за двенадцать миллионов долларов чучело
акулы. М.: Центрполиграф, 2008. 351 с.
60. Фархатдинов Н.Г. Искусство как товар: старые и новые
исследовательские перспективы // Экономическая социология. –
2011. Т. 12, №3. С. 127-144.
61. Фромм Э. Бегство от свободы. Перевод с английского Швейника Г.,
Новичковой Г. Академический проект. 2008. 256 с.
62. Хук Ф. Завтрак у Sotheby's. Мир искусства от А до Я. М.: Азбука,
2015. 416 с
63. Цифровое искусство. 1321 работа, 203 художника. URL:
https://artchive.ru/art_forms/digital_art. (дата обращения: 17.10.2021)
64. Эш Ф.-Р. Оценка современных условий управления брендами. Учет
рыночных условий: обесценивание продуктов и брендов // Бренд-
менеджмент. 2008. № 04 (41). С. 198-210.

ДОДАТКИ



CryptoPunks

10,000 unique collectible characters with proof of ownership stored on the Ethereum blockchain. Cryptopunks are the project that inspired the modern CryptoArt movement.

Niftyzone is listing 4 of the elusive CryptoPunks (#9552, #1973, #7091, and #7864) right here on our website.

Showing all 4 results

Default sorting ▼



CryptoPunk #1973



CryptoPunk #7091



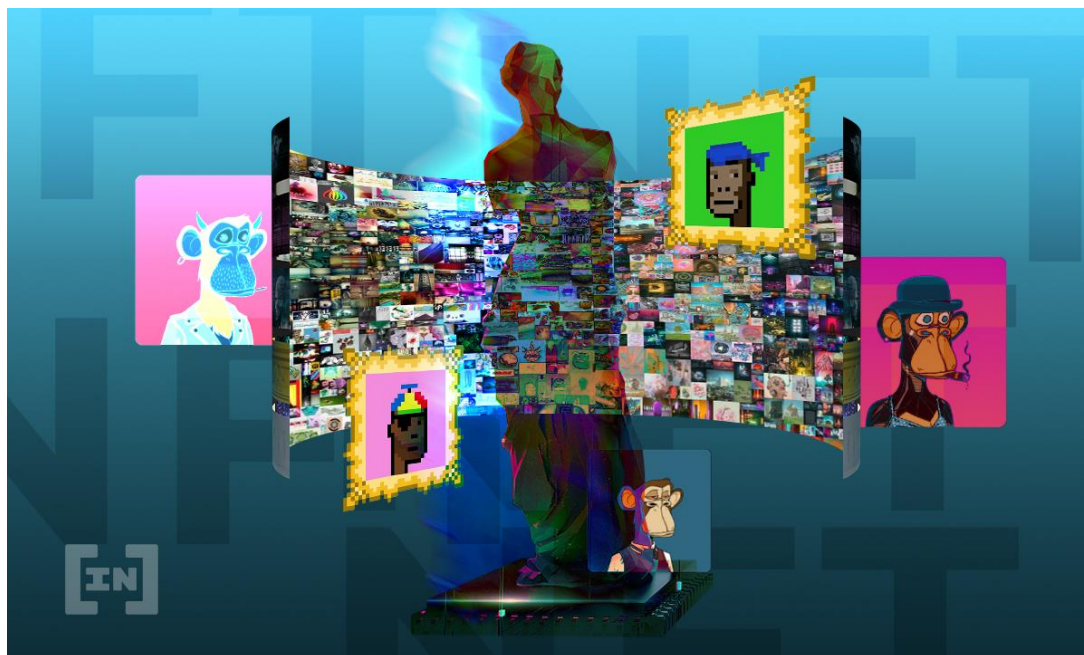
CryptoPunk #7864



CryptoPunk #9552

Кращі NFT художники: 7 кращих творців NFT, на які слід звернути 2021 рік

Роберт Муні

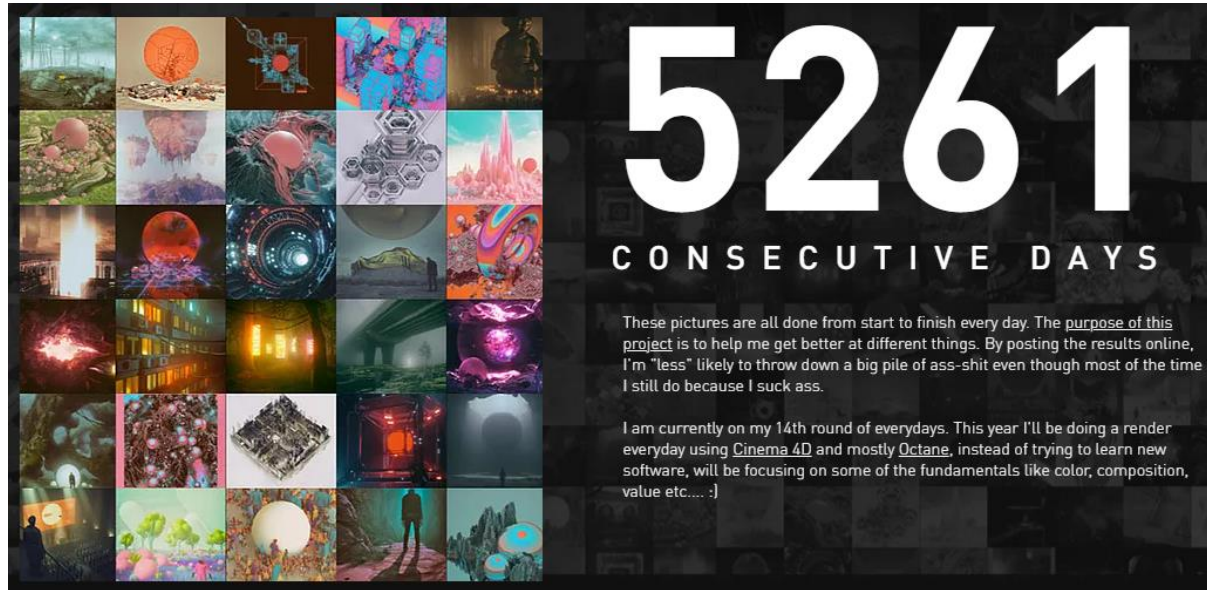


У 2021 році вибух NFTs або нефунгіцидних токенів взяв на себе більшу частину дискусії в криптопросторі. Продаж унікальних криптоактивів, часто в картинній формі, поширився в світ колекціонерів мистецтва і спорту, всього два приклади їх популярності. Продажі крипто-арту у вигляді NFTs зросли в останні місяці. Рекордний продаж NFT beerple, одного з провідних художників NFT, за 69 мільйонів доларів взяв штурмом світ NFT, в той час як фотографія першого твіту засновника Twitter Джека Дорсі була продана за 3 мільйони доларів.

Незважаючи на те, що NFTs вперше з'явилися в 2012 році, знадобилося дев'ять років, щоб стати мейнстрімом. Можливості для художників та інших галузей ще повністю відкриті, але їх зростання популярності в цьому році свідчить про великий потенціал. Немає кращого способу дізнатися більше про простір, ніж подивитися на кращих творців NFT, які в даний час знаходяться на ринку.

Кращі художники NFT

1. Бджол



Хоча Веерле, на даний момент, у верхній частині списку кожного, це з поважної причини. Як згадувалося раніше, художник(справжнє ім'я Майк Вінклманн) продав одну зі своїх цифрових робіт за 69 мільйонів доларів на початку цього року. Це робить його одним з найцінніших художників коли-небудь, цифрових чи ні.

Робота Блейпла принесла йому репутацію за його унікальний стиль мистецтва і власні колекції, розміщені на платформі для завзятих шанувальників його творів мистецтва. В даний час просуваючи свою колекцію 5258 послідовних днів (твір, створений для цієї кількості днів щодня), він майже досяг кінця цього проекту.

Крім цього, він тепер (офіційний чи ні) має пов'язані товари зі своїми творами мистецтва, надрукованими на ньому, в результаті чого його цифрові творіння в реальному світі. Веерле, безумовно, є прикладом одного з кращих творців NFT.

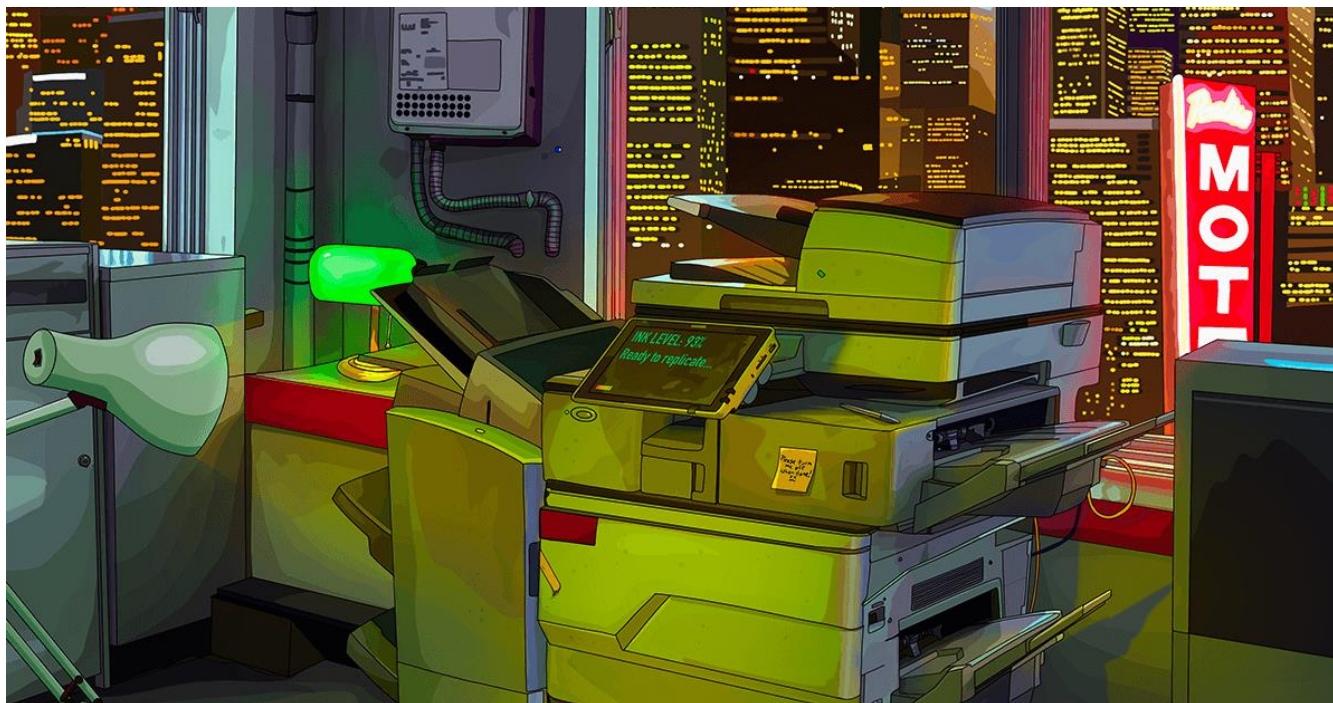
2. Тревор Джонс



Хоча робота Тревора Джонса ще не досягла слави і цінності Beeple's, він як і раніше є основним гравцем в NFT Space. Хоча також продюсує мистецтво за межами криптосвіту, одна з найпомітніших робіт творця, "ангел Біткойн", заробила приголомшливі 3,2 мільйона доларів, коли вона вийшла на аукціон на початку цього року.

Продюсуючи свої твори мистецтва у фізичній формі, перш ніж оцифрувати його, на недавньому аукціоні Тревор виставив на продаж як фізичну картину, так і NFT, збільшивши інтерес і дохід від аукціону. Бажаючи зробити щось хороше зі своєю роботою, Тревор пожертвував 20% виручки від аукціону на благодійність. Він, безумовно, один, щоб дивитися на майбутнє.

3. Божевільний пес Джонс



Інший Джонс, і не тільки тому, що він слідує за попереднім вибором. Mad Dog Jones є провідним канадським художником NFT, приносячи мільйони доларів за одну краплю NFTs. Художник, справжнє ім'я якого Міка Доубак, співпрацює з Philips для створення «Replicator», проекту NFT, який створює новий NFT кожні 28 днів. Генеруючи [4 мільйони доларів з однієї краплі](#), в той час як більшість шанувальників художника заплатили цілих 5 тисяч доларів, щоб володіти твором мистецтва Mad Dog Jones. Якщо шанувальники mad dog Jones мистецтва продовжують божеволіти за його мистецтво, ніхто не знає, куди піде цей NFT художник в майбутньому, але буде цікаво дізнатися.

4. 3LAU (відео)

Хоча 3LAU не є творцем NFT, він нещодавно занурив пальці ніг у криптопросторі, будучи одним з перших артистів, які мали свою музику на блокчейн-сервісах потокового передавання музики, і тепер потрапляють в простір NFT. 3LAU, безумовно, можна вважати одним з кращих творців NFT.

Випустивши свою музику у вигляді NFTs, 3LAU було продано понад [12,7 мільйонів доларів](#) в NFTs, 11,6 мільйона доларів з яких було для його власного альбому. Крім того, його співпраця з SlimeSunday склала [\\$ 1,333,333](#). Вже мегазірка в криптопросторі, 3LAU, без сумніву, залишиться залученим, оскільки їх кар'єра прогресує.

5. Хосе Дельбо



Починаючи тільки з липня 2020 року, Хосе Дельбо зосереджується на продажу коміксів у вигляді NFTs, швидко ставши одним з провідних художників NFT, що створюють комікси. Його перший комікс, проданий в такому вигляді, «Смерть», був проданий всього за \$ 642,14. Однак з тих пір його роботи були продані в середньому за \$ 2884,53 кожен. Його співпраця з Тревором Джонсом, як згадувалося раніше, була продана за [\\$ 553,169.65](#).

Робота Хосе зараз оцінюється в більш ніж 8 мільйонів доларів, і до тих пір, поки він продовжує виробляти NFTs, його шанувальники будуть продовжувати збільшувати це число. Його фокус на коміксах також дає йому нішу, яка сподобається певному ринку, дозволяючи послідовникам як насолоджуватися його коміксами, так і тримати цінний витвір мистецтва.

6. РЕНТГЕНІЯ (відео)

XCOPY, хоча (так само, як Веерле і Тревор Джонс) з'являються в багатьох списках, як це, це, безумовно, виправдано зробити це. Хоча він / вона створив менше NFT творів мистецтва, ніж інші, його / її загальна кількість як і раніше становить вражаючі 1907 NFTs, в середньому трохи більше \$ 5k кожен. Це заробило йому майже 12 мільйонів доларів. Однак один з NFTs XCOPY, ["Death Dip"](#), був проданий за 1,8 мільйона доларів.

Маючи 63 400 підписників у Twitter, ХСОПУ вже має значний слід для його / її цифрових творів мистецтва, і це все ще зростає. Деякі з найцінніших робіт ХСОПУ у продажу в даний час мають ринкову ціну в розмірі 1,2 мільйона доларів - спочатку продані за 750 доларів - показуючи, як вартість і популярність їх роботи різко зросли в останні місяці. Як і багато інших провідних творців NFT тут, він виявився величезним успіхом за такий короткий проміжок часу.

7. Fewocious

Продюсуючи мистецтво у віці 13 років, Fewocious переїхав в NFT простір в 17 років. Його перша серія NFT падіння зібрала його [\\$ 17 млн](#) протягом року. Цей попередній досвід як художника, безумовно, допоміг Fewocious; Однак такий негайний успіх зустрічається рідко. Як транс-творець, це сприяло творам мистецтва, які Fewocious. Художник придбав таку популярність, що аукціон деяких з його NFTs розбився на сайті аукціонного дому Christie's на початку цього року; ознака того, що NFT швидко стають мейнстрімом, і Fewocious сприяє цьому. NFT на продаж, "Вічна красива", в кінцевому підсумку проданий за \$ 550k.

За даними CryptoArt.io, fewocious продав 3187 NFTs на суму понад 22,6 мільйона доларів (7,3k ETH). Однією з найцінніших частин, перерахованих на CryptoArt.io, є твір під назвою "Боляче почуття", в даний час коштує \$ 713,717 (231.1 ETH). Це дивовижне досягнення трохи більше року; Однак, можливо, це пов'язано з їх величезним досвідом у світі мистецтва.

Більше художників візьмуться за мистецтво у формі NFT

Оскільки все більше художників продають свої творіння на таких платформах, як OpenSea та інші, ця технологія відіграє величезну роль у тому, як мистецтво, в будь-якій формі, буде куплено і продано в майбутньому. Згідно зі звітом Reuters в липні, в першій половині 2021 року продажі NFTs склав \$2,5 млрд, збільшившись з \$13,7 млн за аналогічний період 2020 року.

Провідні художники NFT, як і згадані вище, стикаються з великим майбутнім у NFT-просторі, якщо ці тенденції збережуться. Чи може NFT бути майбутнім мистецтва? Їх масова популярність і роль у швидко мінливому світі для творців говорить про те, що, так, NFTs тут, щоб залишитися.

Топ-10 колекціонерів мистецтва NFT, які, швидше за все, змахують боротьбою за легендарну картину "CryptoMother"

Брітні Джеймс

липень 27, 2021 9 хв.

Топ-10 колекціонерів мистецтва NFT, які, швидше за все, змахують боротьбою за легендарну картину "CryptoMother" ВІСТІ

Новина про те, що легендарний твір "CryptoMother", також відомий як Crypto Mona Lisa, нарешті надійшов у продаж, бере штурмом ринок NFT! Після багатьох років відхилення всіх пропозицій, нинішній власник вирішив продати шедевр на австралійському ринку NFT STARS. Виграшну заявку отримають як NFT, так і оригінальне масло на полотні.



Crypto Mona Lisa вперше була представлена на блокчейн-конференції в 2017 році. У 2018 році на аналогічному заході творець Ethereum Віталік Бутерін побачив картину і автографував її, що робить її єдиним твором мистецтва, підписаним видатним програмістом. Вплив цього єдиного акту на цінність картини є значним. «CryptoMother» викликав величезний інтерес з боку спільноти NFT, і протягом багатьох років колекціонери цифрового мистецтва запропонували за це до 6 мільйонів доларів. Тепер, коли шматок фактично виставлений на продаж, питання про ціну CryptoMother знову піднімається. Хто буде боротися, щоб заволодіти легендарним шедевром? Ось наші топ-10 припущень про те, хто може кинути капелюх на ринг.

Джастін Нд – вакантне місце в колекції «JUST NFT Fund»



Засновник фонду TRON і генеральний директор BitTorrent, Джастін Сан є ідеальним кандидатом на те, щоб стати новим власником Crypto Mona Lisa. Sun має глибокий інтерес до сфери NFT: він створив фонд JUST NFT з місією NFTize провідного світового мистецтва і будує колекцію творів мистецтва, зареєстрованих на блокчейні. Фонд вже придбав картини Енді Уорхола і Пікассо. Нд також придбав «Океанський фронт» Бейла і спробував свою удачу на торгах за «Everyday».

Щоб подолати поріг вимог і викликати інтерес Фонду і, зокрема, Sun, робота повинна мати значення для художньої індустрії і коштувати більше 1 мільйона доларів. "CryptoMother" є ідеальним уловом в цьому випадку. Картина вже була токенизована на блокчейні і колись оцінювалася в 6 мільйонів доларів.

Ерік Янг - Цифрове мистецтво з фізичним дотиком



Ерік Янг є активним інвестором в цифрове мистецтво. За деякими оцінками, його колекція складається з більш ніж 350 NFT на суму понад 1 мільйон доларів разом. Янг став відомий широкій спільноті NFT після придбання «Пікселем», одного сірого пікселя художника Пака, за 1,36 мільйона доларів. Може бути, настав час інвестувати в дійсно цінні твори, які коштують набагато більше, ніж вся ця колекція? Ще один примітний факт про колекцію Еріка Янга полягає в тому, що багато творів мають фізичні компоненти. "CryptoMother" ідеально доповнить існуючу колекцію - щось як фізичне, так і цифрове.

Пабло Родрігес-Фрейл - Колекція не вистачає центральний



Пабло Родрігес-Фрейл називає себе цифровим меценатом. Цей колекціонер відомий тим, що купив «ПЕРЕХРЕСТЯ» Бейла за 67 000 доларів, а потім продав його за 6,6 мільйона доларів через кілька місяців. Вся колекція Родрігеса-Фрейла налічує понад 2000 NFTs і складається з кращих крипто-виконавців, таких як Веерле і Рак. "CryptoMother" може зацікавити колекціонера своїм значенням. Картина символізує цінності DeFi і представляє матір, захищаючи всі блоки в мережі.

MetaKovan – нова заява в колекції



MetaKovan (справжнє ім'я якого Віньеш Сундаресан) - колекціонер, програміст, засновник декількох криптокомпаній і ангел-інвестор в блокчейн-проекти. Багато хто дізнався його ім'я після аукціону «Everydays: The First 5000 Days» Бейла – саме MetaKovan придбав «Everydays» за 69 мільйонів доларів, встановивши рекорд найдорожчого твору мистецтва NFT, коли-небудь проданого. Колекціонер пояснює, що витвір мистецтва відіграє величезну роль у постійному зрушенні в сприйнятті, коли справа доходить до того, як цифрове мистецтво сприймається широкою громадськістю. Це те, що робить його варто кожен копійку. Колекція MetaKovan також включає в себе інші роботи Beeple, а саме 20 одноднівних робіт Beeple, які він придбав раніше за більш ніж 2,2 мільйона доларів.

Sundaresan може розглянути можливість покупки Crypto Mona Lisa, оскільки це прекрасний приклад традиційного мистецтва, що перетворює цифрові технології. CryptoMother - це не фунгіцидний токен і масло на полотні, яке має справжню цінність як в традиційному мистецтві, так і на ринку NFT. І завжди краще мати пару заяв штук, ніж 1000 NFTs вартістю \$ 40000 в цілому, в кращому випадку.

WhaleShark - Час для більш химерні штук

WhaleShark - псевдо-анонімний колекціонер цифрового мистецтва, який володіє однією з найбагатших і найдорожчих колекцій цифрового мистецтва в світі. На початку 2021 року колекція WhaleShark включала понад 210 000 NFTs. Портфель оцінювався в цілому в \$ 21,951,341. WhaleShark відомий тим, що має один з найбільших ансамблів NBA Top Shots, вартістю до 53 мільйонів доларів. Можливо, настав час збагатити колекцію більш художніми творами?

Колборн Белл - Що таке крипто-художній музей без крипто Мони Лізи?



Colborn Bell is a blockchain and venture investor, a digital art collector, and a co-founder of the Museum of Crypto Art (MOCA), numbering more than 250 NFTs. It's easy to become the first Museum of Crypto Art. With the legendary Crypto Mona Lisa, it would also be pretty easy to be the best. So it would make perfect sense if Colborn Bell tried his luck at bidding for "CryptoMother."

Shalom Meckenzie – Artwork for Those Who Appreciate Exclusivity



Shalom Meckenzie is an entrepreneur, the largest shareholder in daily fantasy and sports-betting firm DraftKings and he is the founder of gambling-technology provider SBTech. Meckenzie entered the NFT world with an impressive move. He bought one of the rarest CryptoPunks from the alien

collection – CryptoPunk #3100 for \$11.7 million. When explaining his motives for making the purchase, Meckenzie said that it’s the only NFT wearing a mask, and that symbolized the whole of 2020. Another reason for the expensive purchase was how unique this particular CryptoPunk is. The total supply of CryptoPunks has been recently reduced to 9,998, making CryptoPunk #3100 one of thousands. “CryptoMother”, on the other hand, is the centerpiece of the “Art of Blockchain” collection, consisting of only 5 NFTs along with their original paintings.

NFT DAOs – One “CryptoMother,” Many Crypto Enthusiasts

The idea behind an NFT DAO is similar to the principles of fractional NFT trading – one artwork owned by many investors. NFT DAOs invest in high-value digital artwork, support investments in NFT infrastructure and projects and build jointly owned collections.

There’s a high chance that one of the current NFT DAOs will purchase “CryptoMother,” since a collective may have access to more resources than an individual collector would. The acquisition of “CryptoMother” would significantly enrich any one of the following DOAs’ portfolios and give more value to that DAO. Some wild guesses on which DAO might cast the winning bid? Possibly PleasrDAO, FlamingoDAO, or JennyDAO (Jenny Metaverse DAO).

Ілон Маск : Чому б і ні



Ілон Маск є сумнівною персоною в криптосвіті. Одні хвалять його за його участь і популяризацію криптовалютних платежів, інші засуджують його поведінку і його спекуляції в Twitter. Тим не менш, завжди є ймовірність того, що Маск підкине сюрприз і придбає культовий витвір мистецтва. Він також не новачок у цифровому мистецтві. Одного разу Маск вирішив продати свій техно-трек про NFT як не фунгіцидний токен, але пізніше вирішив передати цю ідею, відхилившись від пропозиції в розмірі 1 мільйона доларів.

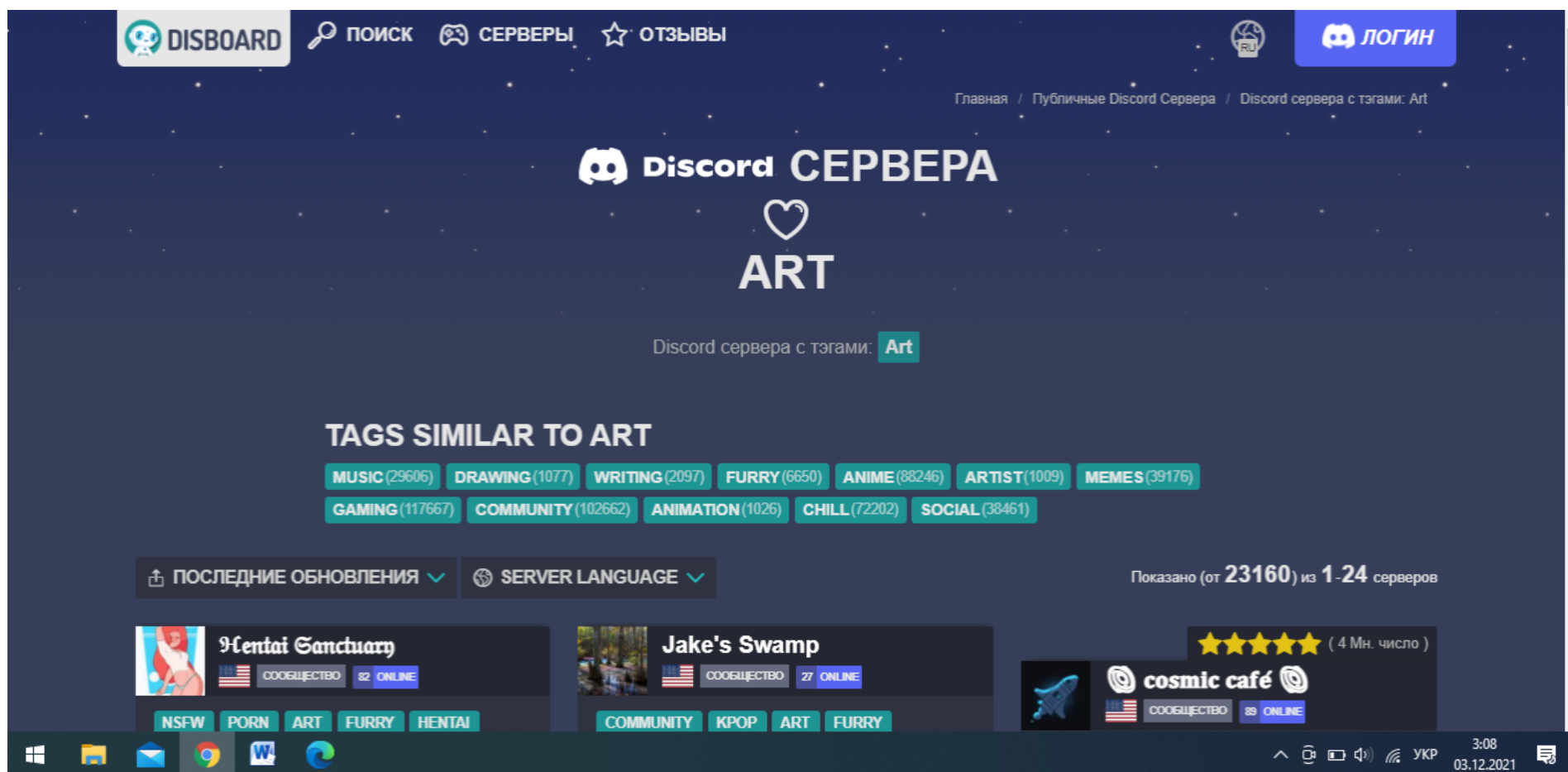
Віталік Бутерін – покупка, яка йде повним колом



Один з творців мережі Ethereum, Віталік Бутерін недостатньо активний у світі NFT, щоб у світі стати на перше місце в списку кандидатів, які претендують на право власності на Crypto Mona Lisa. Тим не менш, програміст має історію з цією конкретною картиною і приєднався до шоу на основі NFT, закликаючи до використання NFTs для здійснення соціальних змін.

У 2018 році Бутерін побачив картину "CryptoMother" і навіть залишив на ній свій автограф, але це не головна причина, чому він може бути зацікавлений у творі. З 2017 року, коли картина вперше була представлена публіці, нинішній власник відхилив всі пропозиції про покупку. Власник глибоко цінує витвір мистецтва і щиро вірить в його значення для криптосвіту. Ось чому через стільки років випуск «CryptoMother» приурочений до 6-річчя Ethereum і запуску Лондонської hard Fork. CryptoMother апелює до паралелей між важливістю всієї екосистеми блокчейна і роллю матері, яка охороняє всіх криптолюбителів.

Нинішній власник твору ділиться прагненнями Бутерін зробити соціальне благо і пообіцяв пожертвувати частину виручки від аукціону на благодійність. Якщо Віталік Бутерін дійсно придбає Crypto Mona Lisa, це дуже акуратно заокруглює історію твору мистецтва.

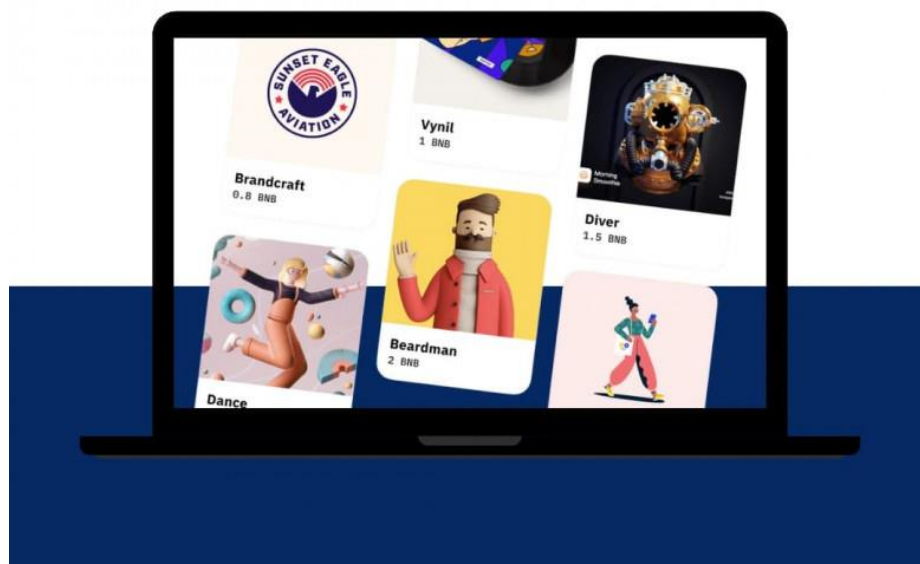


Топ-6 платформ, где можно купить и продать NFT

Криптовалюты

Топ-6 платформ

где можно купить и продать NFT



NFT сегодня не обсуждают только ленивый! Невероятный всплеск роста цифрового искусства – самая интересная тенденция за последнее время. Популярность NFT растет не только среди коллекционеров, но и среди инвесторов и трейдеров. Разбираемся, где можно купить или продать NFT.

Начнем по порядку: что такое NFT?

NFT – это невзаимозаменяемые токены. В отличие от криптовалют и обычных токенов, NFT уникальны: каждый существует в единственном экземпляре. NFT – это произведения искусства, недвижимость или, к примеру, артефакты в компьютерной игре; все они неповторимы и скопировать их нельзя.

Что такое NFT маркетплейс?

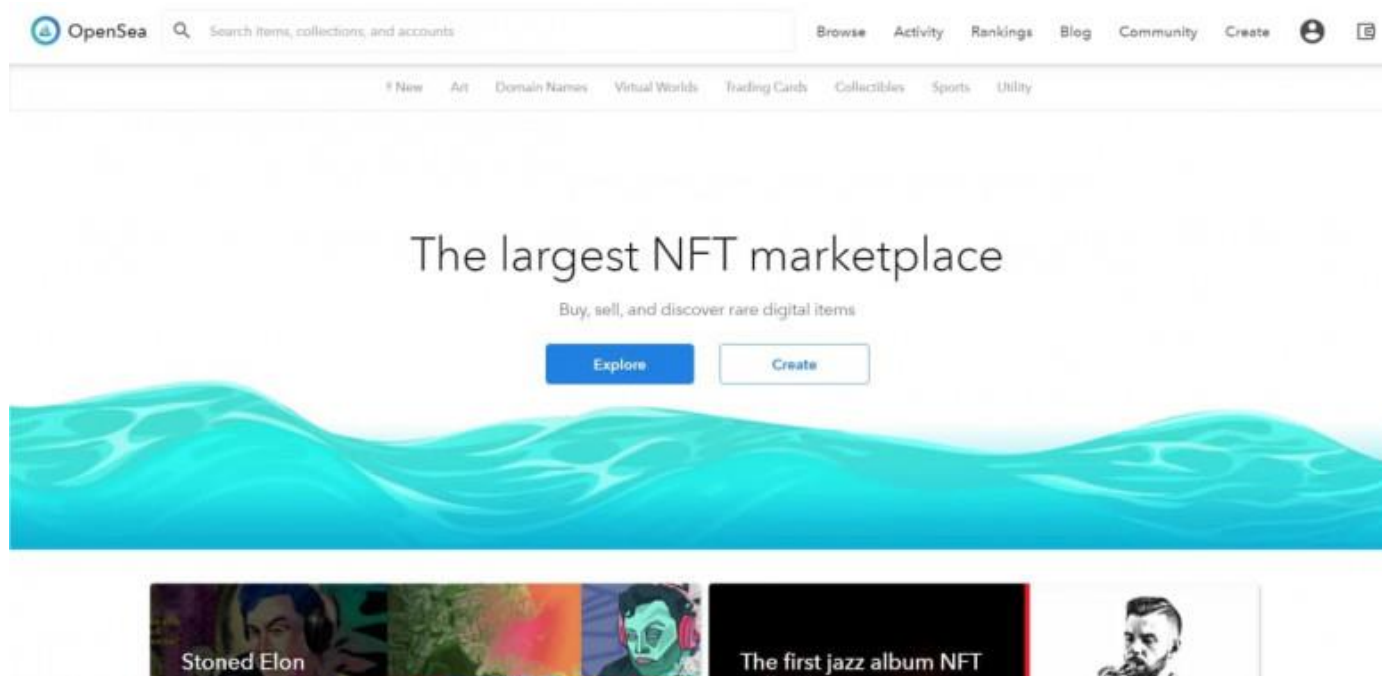
Торговые площадки NFT – это платформы или, проще говоря, «торговые центры NFT», где их можно продать, купить или обменять. Они созданы специально для невзаимозаменяемых токенов и все виды цифровых работ хранятся, отображаются, продаются и в некоторых случаях даже создаются здесь.

На сегодняшний день существует множество таких ресурсов, но мы остановимся на 5 самых популярных и интересных из них. Поехали!

#1 - OpenSea

OpenSea – один из крупнейших и самых популярных на сегодняшний день NFT маркетплейсов. Разнообразие предложений отодвигает на второй план многие остальные торговые площадки. Здесь представлены тысячи различных NFT: от картин современных художников до игровых карт. Кроме того, платформа имеет несколько функций аукциона и полностью интегрирована в крипто-инфраструктуру.

Условия и комиссии. При выставлении своих работ на продажу пользователи OpenSea должны заплатить комиссию. Эта плата зависит от спроса в сети, времени суток и многих других факторов и иногда может даже превышать цену создаваемого произведения искусства, чаще всего она составляет 70–100\$.

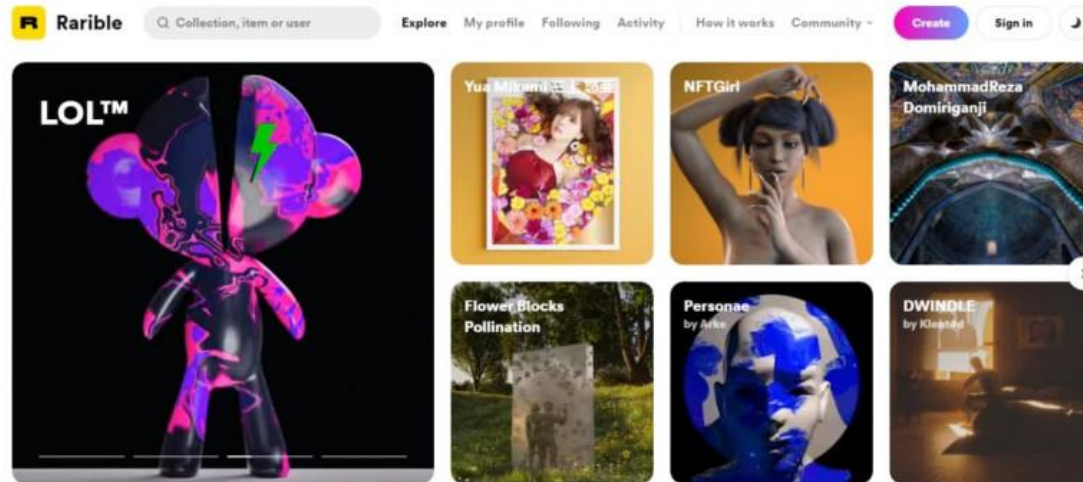


#2 - Rarible

Площадка Rarible - российская разработка, сумевшая обрести популярность по всему миру. Используя собственный токен RARI, художники здесь могут создавать и продавать свои работы. Еще одним важным отличием является возможность для авторов получать вознаграждение каждый раз, когда их работы перепродаются.

Площадка Rarible, кстати, имеет один из самых высоких торговых объемов среди всех NFT маркетплейсов на данный момент.

Комиссии. Регистрация на сайте — бесплатно. За размещение каждого нового токена или создание коллекции нужно будет оплачивать комиссию сети Ethereum- \$30-100 за каждую публикацию.



#3 – NiftyGateway

Платформа NiftyGateway имеет удобный функционал для покупки и продажи NFT, а также безупречную репутацию. Ее купила биржа Gemini.

Ключевой особенностью этой площадки является то, что пользователи могут покупать NFT, используя фиатную валюту (рубли, доллары США, евро, иены и др.), а продавцы могут выводить доходы на свои кредитные или дебетовые карты.

Сколько стоит разместить свои работы. Размещение — бесплатно. Nifty Gateway забирает 15% комиссии со сделки. С каждой перепродажи NFT платформа удерживает 5% и дополнительных 30 центов. При перепродажах NFT автору начисляется 10% со сделки.

Marketplace

Recent Curated Collections

Hand selected and exclusively dropped on Nifty Gateway



Recent Verified Collections

External listings that have been verified as legitimate and authentic by Nifty Gateway



#4 - SuperRare

Площадка SuperRare – это виртуальная галерея цифрового искусства. Каждая работа подлинно создана художником в сети и расценивается как крипто-коллекционный цифровой предмет, которым можно владеть и торговать. Для подтверждения своего авторства художники разрабатывают специализированный сертификат.

Платформа SuperRare находится на начальной стадии и еще не полностью развернута. Однако совсем недавно она привлекла 9 миллионов долларов от инвесторов для дальнейшего развития и перезапуска к следующему году.

Комиссии. Размещение своей работы — бесплатно, но при первой продаже SuperRare удерживает 15% от сделки. Также платформа забирает себе 3% комиссии с каждой успешной продажи NFT.

Collect digital art

Buy and sell NFTs from the
world's top artists

START COLLECTING

FEATURED ART



ARTIST

@lukasworks

RELEASE DATE

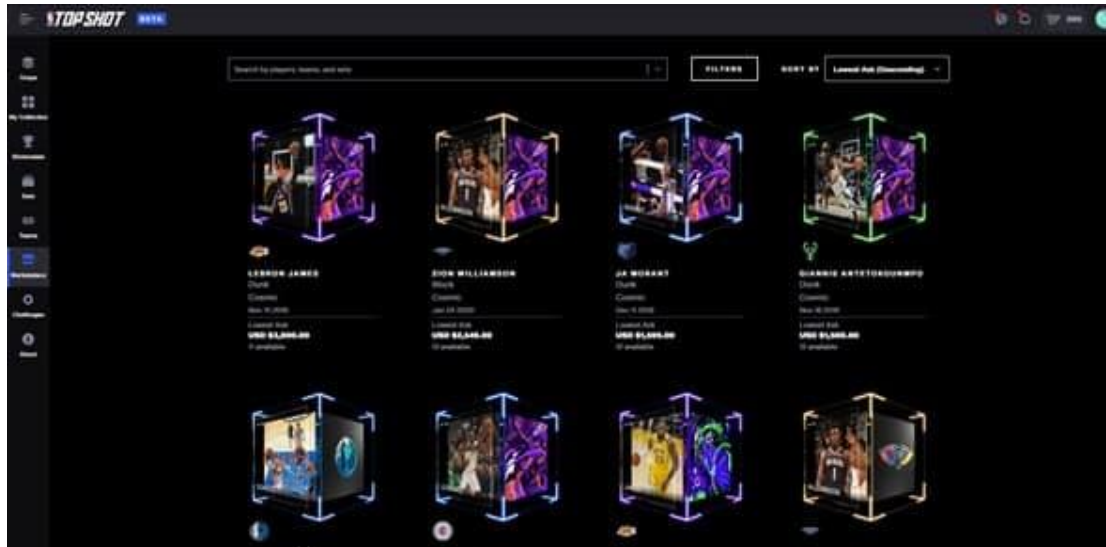
Sep 29, 2021, 1PM



#5 - NBA Top Shot

NBA Top Shot — NFT платформа с поддержкой всем известной американской баскетбольной лиги. Концепция площадки заключается в выпуске и продаже цифровых спортивных коллекционных карточек. Только вместо статичных изображений карты NBA Top Shot содержат видеоролики из прошедших игр. Каждый клип, в данном случае, – уникальный в своем роде токен.

Комиссия. За каждую продажу в NBA Top Shot взимается плата в размере 5 %.



#6 – Foundation

NFT платформа Foundation имеет стильный дизайн и считается более продвинутой. Foundation – это площадка-аукцион, и даже для того, чтобы туда попасть необходимо получить приглашение от какого-либо автора. Аукцион проходит по аналогии с реальной публичной продажей товаров. Тот, кто за определенное время указал большую цену — получает работу.

Платформа Foundation – ресурс, на котором нужно показать свои работы с максимальным вовлечением будущей аудитории, например, поделившись ими социальных сетях или блогах.

Условия. Размещение своей работы — бесплатно. Foundation удерживает 15% с продажи арт токена. При перепродаже NFT автору начисляется 10% роялти.

THIS IS THE NEW CREATIVE ECONOMY.

WE'RE BRINGING DIGITAL CREATORS, CRYPTO
NATIVES, AND COLLECTORS TOGETHER TO MOVE
CULTURE FORWARD.

[Become a creator on Foundation](#)

Итак, индустрия продолжает развиваться, и уже сейчас мы видим очень много перспективных проектов. Популярность невзаимозаменяемых токенов будет только расти в ближайшие годы с появлением инновационных приложений для оцифровки искусства, прав собственности, предметов коллекционирования или просто для развлечения.

Кураторські проєкти

Alex Twin

The screenshot shows the profile of Alex Twin on the Foundation marketplace. The profile includes a search bar at the top, navigation tabs for Explore, Feed, Activity, and Create, and a banner image of a futuristic car. The profile information shows the address #71818 0x568A...8b02, the name AlexTwin, and the handle @alexTwin. It also displays 757 Following and 278 Followers, along with an Edit Profile button. The bio states "I'm artist." and lists links to www.artstation.com, alextwinart#6390, and alextwin1626. The profile was joined in May 2021. The main content area shows a grid of six digital art pieces for sale, each with a title, a thumbnail image, and a reserve price in ETH.

#71818 0x568A...8b02

AlexTwin
@alexTwin

757 Following 278 Followers [Edit Profile](#)

Followed by
[@AlexTwinArt](#)
[alexTwinart](#)
Invited by [@frankhydred](#)

Bio
I'm artist.

Links
www.artstation.com
[alexTwinart#6390](#)
[alexTwin1626](#)

Joined May 2021

Created 20

Artwork Title	Reserve Price (ETH)
Triumph of Violence	1.00 ETH
Echo of the Past	0.75 ETH
Arrogant Peak	0.50 ETH
Awakening	
Malevolent Coast	
Unreasonable Conflict	



 @alexwin

Shard of Life

↓ Artwork information

Description

Industrialization comes to the stage when it couldn't be so

Sold for

0.15 ETH

\$614.58

Owned by

 @jandx



 @alexwin

 Share

Unknown Darkness

↓ Artwork information

Description

Humankind hates the unknown. We always would like to know the short pass, remove black parts on our maps and

Reserve Price

20.00 ETH

\$81,944.40

Once a bid has been placed and the reserve price has been met, a 24 hour auction for this artwork will begin.

[Learn more](#)



@alexwin

Share

Time and adaptation

↓ Artwork information

Description

Once an astronautical pioneer, the world known

Reserve Price

2.00 ETH

\$8,194.44

Once a bid has been placed and the reserve price has been met, a 24 hour auction for this artwork will begin.

[Learn more](#)



 @alexwin

 Share

On the Edge

↓ Artwork information

Description

If Earth was round – then what is this place? I'm sure all of us would like to see the edge of some new world – especially if we couldn't do it at home

Sold for

0.25 ETH

\$1,024.31

Owned by

 @nftbee



@alexwin

↑ Share

Shadow of the past

↓ Artwork information

Description

Time is merciless and cruel. It goes forward and never look back. And so should we - but it's hard to fight back with sweet memories of the past - and even harder with the grim

Reserve Price

2.00 ETH

\$8,194.44

Once a bid has been placed and the reserve price has been met, a 24 hour auction for this artwork will begin.

[Learn more](#)

Frankydred

frankyred

@frankyred 0xd51B...D1Ba

Artist, animator, designer, art history student.

Franky_Dred linktr.ee

3.6K followers 7.3K following

Edit profile



On sale 26 Owned 26 Created 42 Liked 4K Activity

Category

Collections

Sale type

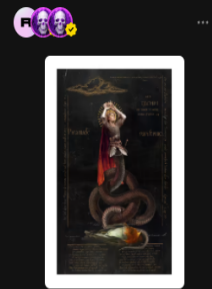
Timed auction, Fixed price, Open for offers

Price range

Reset

Sort

Recently added



"Destiny"

0.128 ETH 1/1

No bids yet



83



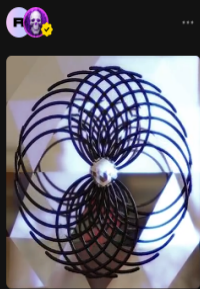
TESLA Roadster

From 0.046 ETH 25/30

Place a bid



45



"Timeless Relic"

From 0.014 ETH 10/10

Place a bid



92



"The Octopus One"

From 0.048 ETH 9/10

Place a bid



115



"Octusa Gorgo"

From 0.048 ETH 9/10

Place a bid



113



@frankyred

Share

Red Sun Project

↓ Artwork information

Description

It's even scary to think what World could be if one of the superpowers got the source of infinite energy. And it's even worse when we think about Soviet Union.

Sold for

0.50 ETH

\$2,048.61

Owned by

 @xedb8...6f2e

Provenance



Mleukoi

23

Not for sale · 1 edition

My cat will find you

Creator 5% royalties

Collection



frankydred



Rarible

Unlockable content included

Details Bids History

Purchased for **0.39 ETH**
by [fiji_not_water](#) 23.05.2021, 12:49

Listed for **0.39 ETH**
by [frankydred](#) 20.03.2021, 12:31

Listed for **0.4 ETH**
by [frankydred](#) 19.03.2021, 14:43

Listed for **0.427 ETH**
by [frankydred](#) 18.03.2021, 18:09

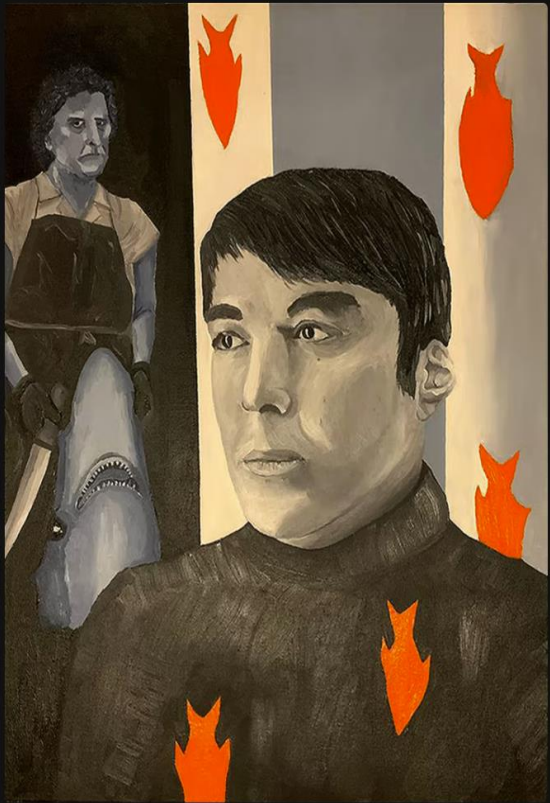
Listed for **0.45 ETH**
by [frankydred](#) 17.03.2021, 23:23

Listed for **0.475 ETH**
by [frankydred](#) 17.03.2021, 17:12

Place a bid

Share

There's no bids yet. Be the first!



“Nina will bring fish on Thursday”

♥ 16

Not for sale · 1 edition

The plot of this picture was invented on a winter Berlin morning. In the real world, the painting is in oil.

Creator 10% royalties




frankyred

Collection




Rarible

Bids History

 Purchased for **0.6 WETH**
by [fiji_not_water](#) 23.05.2021, 13:23

 Bid **0.6 WETH**
by [fiji_not_water](#) 16.04.2021, 22:25

 Minted by **frankyred**
15.04.2021, 00:51

 Listed for **0.25 ETH**
by [frankyred](#) 15.04.2021, 00:19

Place a bid

Share

There's no bids yet. Be the first!

Pleeleab ♥ 28 ⋮

On sale for **6 ETH**

War is over. Bring the holidays.

Creator 5% royalties frankydred Collection Rarible

🔒 **Unlockable content included**

Details Bids **History**

- 🏠 Purchased for **0.12 WETH** by Ox730...c4ee 23.05.2021, 12:50 🔗
- 🏠 Listed for **6 ETH** by Ox730...c4ee 24.03.2021, 12:07
- 👤 Transferred to Ox730...c4ee by frankydred 21.03.2021, 01:34 🔗
- 🏠 Bid **0.12 WETH** by Ox730...c4ee 20.03.2021, 13:39
- 👤 Listed for **0.37 ETH** by frankydred 20.03.2021, 13:32
- 👤 Listed for **0.39 ETH** by frankydred 20.03.2021, 11:29
- 👤 Listed for **0.4 ETH**

Buy for 6 ETH Place a bid

SpasiSohrani



#04750 0x182D...85F6

Created 17 Owned 4 Splits 1

SpasiSohrani

@spasi__sohrani

153 Following 163 Followers

Following

Followed by



View all

@spasi__sohrani

spasi__sohrani

spasisohrani.eth

Invited by @ksyu_art_13



Cowboys Love Techno Rave

@spasi__sohrani

Reserve price
0.60 ETH



The Chamomile

@spasi__sohrani

Reserve price
0.25 ETH




The Plant

@spasi__sohrani

Reserve price
0.20 ETH



 @spasi___sohrani

 Share

Angel Vova

↓ Artwork information

Description

Hello, I'm Tania, and here's my project - The Village of Angels. These days I live in Kyiv. You know modern city life -

Sold for

0.50 ETH

\$2,060.12

Owned by

 @sashaku



 @spasi___sohrani

 Share

Angel Petya

↓ Artwork information

Description

Hello, I'm Tania, and here's my project - The Village of Angels. These days I live in Kyiv. You know modern city life -

Sold for

0.30 ETH

\$1,236.07

Owned by

 @xcf16...cd8d



 @spasi___sohrani

 Share


The Mermaid

↓ Artwork information

Description

A series of works with my family who moved to live in the countryside. My parents were born in the USSR, where

Sold for
0.25 ETH
\$1,030.06

Owned by
 @sashaku