



Adrianna Szyszka

„Efekt śmierci” na rynku sztuki i jego determinanty

The ‘death effect’ in the art market and its
determinants

Praca doktorska

Promotor: **dr hab. Sylwester Białowas,**
prof. UEP

Pracę przyjęto dnia: 18.03.2021 r.

Podpis promotora

Spis treści

Wstęp.....	3
1. Sztuka a ekonomia.....	8
1.1. HISTORYCZNE UJĘCIE WARTOŚCI SZTUKI	8
1.2. DWOISTOŚĆ Dyskursów w rozumieniu wartości – ekonomia a estetyka.....	16
1.3. WARTOŚĆ EKONOMICZNA DZIEŁA SZTUKI I JEJ ODNIESIENIE DO WARTOŚCI ESTETYCZNEJ, ARTYSTYCZNEJ I KULTUROWEJ	25
2. Czynniki wpływające na kształtowanie się cen dzieł sztuki	30
2.1. CZYNNIKI ZWIĄZANE Z DZIEŁEM SZTUKI	31
2.2. CZYNNIKI ZWIĄZANE Z ARTYSTĄ.....	45
2.3. CZYNNIKI ZWIĄZANE ZE SPRZEDAŻĄ.....	52
3. Rozważania na temat roli śmierci artysty w kontekście cen dzieł sztuki	59
3.1. STATUS ŻYCIA ARTYSTY I „EFEKT ŚMIERCI”	59
3.2. HIPOTEZA COASE’A I „EFEKT NOSTALGII”	71
3.3. WIEK ARTYSTY W MOMENCIE ŚMIERCI	79
3.4. REPUTACJA ARTYSTY	82
3.5. INNE CZYNNIKI	91
4. Podstawy metodyczne badania.....	98
4.1. METODY STATYSTYCZNE ZASTOSOWANE W ROZPRAWIE.....	98
4.2. OPERACJONALIZACJA ZMIENNYCH.....	111
4.3. CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ	114
5. „Efekt śmierci” na polskim rynku sztuki – weryfikacja empiryczna	122
5.1. IDENTYFIKACJA „EFEKTU ŚMIERCI”	122
5.2. WIEK ARTYSTY W MOMENCIE ŚMIERCI A „EFEKT ŚMIERCI”	145
5.3. REPUTACJA ARTYSTY A „EFEKT ŚMIERCI”	151
5.4. WZMOŻONA UWAGA MEDIÓW PO ŚMIERCI ARTYSTY A „EFEKT ŚMIERCI”	157
Zakończenie	164
Bibliografia	170
Spis tabel.....	184
Spis wykresów.....	187

Wstęp

Przejrzystość i rosnący dostęp do informacji, zwłaszcza w zakresie cen, sprawiają, że inwestorzy coraz częściej decydują się lokowanie kapitału w dzieła sztuki. Domy aukcyjne i internetowe platformy sztuki starają się zapewnić kolekcjonerom jak najwięcej informacji, aby ci mogli podejmować świadome i trafne decyzje. Dzieła sztuki, należące do inwestycji alternatywnych, mają swoje wyjątkowe cechy – są obiektami heterogenicznymi, dobrami unikatowymi, w przypadku których porównanie z innymi przedmiotami wielokrotnie nie jest łatwym zadaniem. Inwestowanie w sztukę cechuje się niską płynnością – transakcje nie są przeprowadzane w sposób ciągły, a dzieła sztuki nie wycenia się w regularnych odstępach czasowych. Dzieła sztuki zasadniczo nie są podatne na spekulacje ukierunkowane na osiągnięcie wysokiej stopy zwrotu w możliwie krótkim czasie. Ponadto, w przeciwieństwie do takich form inwestowania, jak akcje czy obligacje, dzieła sztuki nie gwarantują regularnego dochodu w formie dywidendy czy odsetek. Tym samym, cechy dzieła sztuki w wielu aspektach różnią się od klasycznych aktywów inwestycyjnych. Opisywanie zależności kształtujących ceny dzieł sztuki będących przedmiotem obrotu na rynku sztuki stanowi zatem niewątpliwe wyzwanie badawcze.

Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest „efekt śmierci” na rynku sztuki, czyli wzrost cen dzieł sztuki następujący w okresie bliskim śmierci artysty (Ekelund, Ressler i Watson, 2000). W badaniach dotyczących tego zjawiska szczególną uwagę poświęcono zmianom cen dzieł sztuki w następstwie śmierci i taką perspektywę przyjęto w niniejszej pracy. Problem badawczy pracy obejmuje weryfikację występowania „efektu śmierci” na rynku sztuki oraz określenie jego możliwych determinant.

Kwestia śmierci w kontekście cen dzieł sztuki pojawiła się w opracowaniach naukowych za sprawą badań nad rolą statusu życia artysty (tj. informacji czy twórca żył czy nie żył w momencie sprzedaży) w kształtowaniu się cen prac. Większość dostępnych badań w tym zakresie wskazuje, że ceny dzieł sztuki sprzedawanych na aukcjach po śmierci artysty są istotnie wyższe od cen dzieł sztuki licytowanych za życia twórców (Agnello, 2002; Higgs, 2012; Higgs i Worthington, 2005; Renneboog i Spaenjers, 2013; Seękin i Atukeren, 2011; Taylor i Coleman, 2010; Witkowska i Kompa, 2014). Warto zauważyć, że ustalenia badaczy w tym zakresie nie są jednak jednoznaczne (Agnello i Pierce, 1996; Campos i Barbosa, 2009; Kräussl i Elsland, 2008; Shi, Conroy, Mang i Wang, 2018). W badaniach nad „efektem śmierci”

obszar zainteresowania skupia się przede wszystkim na zmianach cen dzieł sztuki w okresie następującym bezpośrednio po śmierci twórcy.

Przeprowadzone studia literaturowe pozwalają stwierdzić, że jedynie niewielka liczba opracowań naukowych dotyczyła integracji różnych aspektów mogących wpływać na występowanie „efektu śmierci”. Dotychczasowe ustalenia wykazały, że „efekt śmierci” może zależeć od czynników związanych z artystą, takich jak jego reputacja czy też wiek w chwili śmierci. Badania dotyczące zależności pomiędzy wiekiem twórcy w momencie śmierci a pośmiertnym wzrostem cen prac nie dostarczają spójnych wyników. Wyzwanie badawcze stanowią ponadto trudności w opracowaniu sposobu pomiaru ugruntowanych w literaturze determinant „efektu śmierci” takich jak reputacja artysty.

Śmierć znanych osobistości wiąże się ze wzmożoną uwagą mediów. Intensywna aktywność medialna wywołana śmiercią artysty może wzbudzić ponowne zainteresowanie życiem i twórczością zmarłej jednostki. W przypadku artystów na rynku sztuki może to nie pozostawać bez wpływu na popyt na tworzone przez nich dzieła sztuki. Zwiększona uwaga mediów leży u podstaw jednej z koncepcji wyjaśniających „efekt śmierci”. W tym ujęciu, pośmiertny wzrost cen jest zjawiskiem tymczasowym. Inna teoria z kolei – hipoteza Coase’a – odwołuje się do teorii monopolu dóbr trwałego użytku. Żadna z dotychczasowych teorii tłumaczących zjawisko nie rozstrzygała jednoznacznie okoliczności wystąpienia „efektu śmierci” na rynku sztuki. Kwestią wartą zgłębienia jest także określenie, jak długo po śmierci twórców można obserwować wzrost cen licytowanych dzieł.

Głównym celem rozprawy jest identyfikacja „efektu śmierci” na rynku sztuki. Realizację zasadniczego celu pracy uzupełniają następujące cele szczegółowe:

1. oszacowanie znaczenia statusu życia artysty w kształtowaniu cen dzieł sztuki w stosunku do innych czynników;
2. określenie wielkości „efektu śmierci” na rynku sztuki;
3. określenie trwałości „efektu śmierci” na rynku sztuki;
4. określenie teorii wyjaśniającej „efekt śmierci” na rynku sztuki;
5. określenie czynników wpływających na wystąpienie „efektu śmierci” na rynku sztuki.

Przedstawione cele pozwoliły na sformułowanie następującej, głównej hipotezy badawczej: Na rynku sztuki obserwuje się występowanie „efektu śmierci”, czyli wzrostu cen dzieł sztuki następującego po śmierci artysty.

Odnosząc się do realizacji celów szczegółowych rozprawy, sformułowano następujące hipotezy pomocnicze:

H1: Istnieje negatywny związek pomiędzy wiekiem artysty w momencie śmierci a występowaniem „efektu śmierci”.

H2a: Istnieje pozytywny związek między reputacją artysty mierzoną liczbą wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google a występowaniem „efektu śmierci”.

H2b: Istnieje pozytywny związek między reputacją artysty mierzoną wielkością portfolio twórcy a występowaniem „efektu śmierci”.

H3: Istnieje pozytywny związek między skalą zainteresowania mediów spowodowaną śmiercią twórcy a „efektem śmierci”.

Zakres przedmiotowy pracy dotyczy „efektu śmierci” na rynku sztuki będącego zagadnieniem z obszaru wyceny dzieł sztuki. Zakres podmiotowy z kolei obejmuje uczestników rynku sztuki, czyli domy aukcyjne, artystów, kupujących oraz sprzedających obiekty na rynku aukcyjnym. Zakres przestrzenny pracy w odniesieniu do części badawczej dotyczy polskiego rynku aukcyjnego, natomiast w części literaturowej źródła odnoszą się do badań rynków sztuki w wielu krajach świata. Biorąc pod uwagę zakres czasowy rozprawy, wykorzystano źródła literaturowe z lat 1963–2020, natomiast analizę przeprowadzono w oparciu o dane dotyczące transakcji z okresu ponad 20 lat.

Badanie przeprowadzono na próbie transakcji z udziałem dzieł sztuki mających miejsce w pięciu domach aukcyjnych w Polsce (Desa Unicum, Sopocki Dom Aukcyjny, Polswiss Art, Rempex oraz Agra-Art) w okresie od 1999 do lipca 2020 roku. Próba liczy ponad 40 tysięcy transakcji sprzedaży dzieł malarskich. Każda transakcja jest opisana za pomocą szeregu zmiennych – w próbie zawarto informacje o autorze, tytule i cenie sprzedaży dzieła, jak również o zastosowanej technice malarskiej czy domu aukcyjnym, w którym miała miejsce sprzedaż.

Cele teoretyczne zweryfikowano za pomocą studiów literaturowych z zakresu czynników kształtujących ceny dzieł sztuki. W odniesieniu do celów empirycznych, wykorzystano metody właściwe analizom cen na rynku sztuki tj. regresję powtórnej sprzedaży i regresję hedoniczną. Warto zauważyć, że z uwagi na odmienne założenia tych metod, ich zastosowanie pozwoliło na bardziej kompletne ujęcie analizowanego problemu. Do weryfikacji hipotez wykorzystano także metody bazujące na porównaniach grup, wśród których należy wskazać testy istotności

różnic cen rzeczywistych czy testy istotności różnic relacji cen pośmiertnych i przedśmiertnych.

Rozprawa składa się z pięciu rozdziałów. Rozdział pierwszy opisuje związek między sztuką a ekonomią – dzieło sztuki może być rozpatrywane zarówno w kategorii wytworu kultury jak i aktywa inwestycyjnego. Rozdział ten zawiera rozważania dotyczące historycznego rozumienia pojęcia wartości na gruncie ekonomii i estetyki. W tej części pracy omówione zostały także kwestie zależności pomiędzy wartością kulturową, estetyczną i artystyczną a wartością ekonomiczną dzieła sztuki. Mimo istniejących rozbieżności w sposobach opisu zagadnień związanych ze sztuką, rozwiązując problemy na gruncie ekonomii badacze sięgają do zagadnień czerpiących z innych nauk. Świadomość tych powiązań może przyczynić się do bardziej wnikliwego prowadzenia badań naukowych.

Po przedyskutowaniu relacji między wartością kulturową, estetyczną i artystyczną a wartością ekonomiczną dzieła, utożsamianą najczęściej z jego ceną, rozdział drugi pracy poświęcony został właśnie kwestii ceny dzieła sztuki. Dzieła sztuki z cechującą je nieprzewidywalnością i brakiem powtarzalności stanowią specyficzny przedmiot obrotu rynkowego, wiążący się z trudnością w ich wycenie. Ceny dóbr na rynku aukcyjnym determinowane są przez ich unikatowość, wysokie koszty transakcyjne oraz mnogość motywów skłaniających nabywców do kupna. Rozdział miał na celu przedstawienie czynników wpływających na ceny dzieł sztuki oraz określenie ich znaczenia. Celem rozdziału było również umiejscowienie aspektu związanego ze śmiercią artysty na tle innych determinant cen dzieł sztuki. Czynniki wpływające na kształtowanie się cen dzieł sztuki można podzielić na następujące kategorie: czynniki związane z dziełem sztuki, czynniki związane artystą i czynniki związane ze sprzedażą. Analizując ceny dzieł sztuki należy mieć również na uwadze czynniki makroekonomiczne oraz aspekty związane z samym rynkiem aukcyjnym. Do czynników związanych z dziełem sztuki zalicza się m.in. technikę wykonania, zastosowane podłoże, temat, rok powstania, wymiary czy też autentyczność. W opracowaniach rzadziej pojawiają się takie aspekty, jak znaczenie danego dzieła w dorobku artystycznym jego autora, liczba wystaw, na których było przedstawiane czy też popularność katalogowa dzieła. Wśród determinant związanych z artystą uwzględnia się jego reputację, międzynarodowe uznanie czy liczbę wystaw. Znaczenie ma również wielkość dorobku artystycznego oraz ceny innych dzieł jego autorstwa. To właśnie do grupy czynników związanych z artystą należy zaliczyć zmienne odnoszące się do śmierci m.in. status życia artysty czy też fakt, że twórca zmarł przedwcześnie.

Celem rozdziału trzeciego było przedstawienie dotychczasowego dorobku piśmienniczego w zakresie zależności pomiędzy śmiercią artysty a cenami dzieł sztuki. Na wstępie dokonano przeglądu badań dotyczących znaczenia statusu życia artysty dla kształtowania się cen dzieł sztuki. Następnie przedstawiono dotychczasowe badania dostarczające dowodów występowania na rynku sztuki pośmiertnego wzrostu cen prac. W tym rozdziale omówione zostały wypracowane dotychczas teoretyczne wyjaśnienia „efektu śmierci”. Rozdział zawiera również podsumowanie ustaleń dotyczących możliwych determinant „efektu śmierci”. Nacisk położono szczególnie na takie czynniki, jak reputacja artysty, wiek twórcy w momencie śmierci oraz wzmożona uwaga mediów. Na podstawie badań z obszaru sztuki, jak i wykraczających poza ten obszar podjęto próbę identyfikacji innych możliwych determinant „efektu śmierci”. Wśród nich należy wyróżnić nagłość śmierci, oczekiwaną długość życia czy jakość artystyczną dzieł.

W kolejnym rozdziale omówiono metodyczne podstawy badania. Szczególną uwagę poświęcono przybliżeniu założeń regresji hedonicznej i regresji powtórnej sprzedaży jako dwóch istotnych metod weryfikacji „efektu śmierci”. Regresja powtórnej sprzedaży bazuje na danych dotyczących wielokrotnych sprzedaży tych samych dzieł – dzięki temu w dużej mierze eliminuje problem heterogeniczności dzieł sztuki. Regresja hedoniczna natomiast pozwala na szacowanie cen dzieł sztuki w oparciu o różnorodne kategorie zmiennych, włącznie ze zmiennymi jakościowymi. Rozdział czwarty obejmuje także przedstawienie operacjonalizacji zmiennych oraz omówienie próby transakcji będącej podstawą badania. Pracę zamyka rozdział poświęcony empirycznej weryfikacji postawionych hipotez. Rozdział w swojej strukturze odzwierciedla rozważania teoretyczne. Wyodrębnione na podstawie analizy literatury zależności zostały zweryfikowane empirycznie na podstawie danych rzeczywistych i z zastosowaniem przedstawionych wcześniej metod.

1. Sztuka a ekonomia

1.1. Historyczne ujęcie wartości sztuki

Podjęcie zagadnień związanych ze sztuką na kanwie ekonomicznej wymaga mierzenia się z pojęciami wykraczającymi poza język tej dyscypliny, a sięgającymi zagadnień związanych z filozofią sztuki. Dyskusja ta dotyczy m.in. kwestii wartości. Rozważania na temat cen dzieł sztuki i czynników je kształtujących należy więc rozpocząć od zagadnień bardziej ogólnych – od zgłębienia tego, co właściwie stanowi o wartości sztuki. W tym kontekście pojawia się pytanie o to, jakie aspekty tworzą wartość dzieł sztuki, że inwestorzy niejednokrotnie są skłonni wydawać na nie bająnskie sumy. W tej części pracy przedstawione zostanie, jak kształtowała się koncepcja wartości w teorii estetyki i w teorii ekonomii.

Sięgając do początków filozoficznych rozważań na temat sztuki i jej wartości, należy zauważyć, że jej rola nie cieszyła się takim uznaniem jak obecnie. W oczach jednego z największych filozofów – Platona – sztuka miała negatywny wpływ na sferę psychologiczną, polityczną czy etyczną. Jego zdaniem, sztuka funkcjonuje za ledwie jako niedoskonała imitacja zjawisk, które same w sobie stanowią również niedoskonałe odzwierciedlenia idealnych form. Nieco inne spojrzenie na sztukę miał inny wielki myśliciel – Arystoteles – który doceniał pozytywną wartość sztuki i jej elementy związane z odczuwaniem przyjemności. Uważał, że zjawisko *kátharsis* może być użyteczne, ponieważ pozwala przeżywać i oswojać ludziom negatywne emocje bez rzeczywistego kontaktu z aspektami je wywołującymi. Arystoteles miał inne zdanie od Platona na temat naśladowania przez sztukę zjawisk obserwowanych w realnym życiu – zaobserwował, że sztuka obejmuje swym zakresem przede wszystkim istotne i uniwersalne kwestie. Obaj myśliciele zgadzali się jednak, że sztuka jest podrzędna wobec filozofii (Hutter i Shusterman, 2006).

W czasach średniowiecza i renesansu, piękno było uważane za immanentną cechę przedmiotów, istniejącą obiektywnie. Zgodnie z tym poglądem określonym jako „realistyczny”, piękno jest właściwością rzeczy niezależną od subiektywnego zdania osoby patrzącej. Wówczas też, za sprawą Anthony’ego Ashleya Coopera, narodził się koncept smaku rozumianego jako zdolność do dokonywania sądów moralnych i estetycznych oraz dostrzegania piękna w przedmiotach. To pojęcie również było rozumiane początkowo niezależnie od subiektywnej oceny bodźców sensorycznych – odnosiło się raczej do bezinteresownego rozpoznania piękna. Sama idea bezinteresowności w postrzeganiu sztuki,

wprowadzona przez Shaftesbury'ego, stała się zresztą podstawowym konceptem w teorii estetyki. Shaftesbury uznawał, że zdolność rozwijania smaku jest właściwością klasy ziemiańskiej (Hutter i Shusterman, 2006).

Przed pierwszą połową XVII wieku sztuka nie była rozpatrywana w kategorii alokacji zasobów. W pracach poruszających zagadnienia ekonomiczne, podkreślano wykorzystanie zasobów w celu zapewnienia bytu społeczeństwu, wzmocnienia państwa czy wsparcia inwestycji. Sztuka nie znajdowała miejsca w tych rozważaniach i traktowano ją raczej jako enigmatyczną działalność bądź ekstrawagancję wysokich warstw społecznych – monarchii i kościoła. W pozytywnym świetle sporadycznie wspomniano sztukę w literaturze merkantylistycznej, zauważając możliwą korzyść dla bilansu handlowego w przypadku zwiększonej produkcji dzieł sztuki (Goodwin, 2006).

Zanim jeszcze wyłoniła się ekonomia jako oddzielna dyscyplina, autorzy podejmujący tę tematykę, opisując motywacje ludzkich zachowań na rynku, wskazywali na istnienie namiętności (*passions*). Bernard Mandeville uznawał, że od stopnia panowania nad tymi namiętnościami, wśród których wyróżnia się m.in. zawiść, dumę czy chciwość, zależy wzrost gospodarczy. Uważał, że sztuka jest napędzana przede wszystkim przez zawiść i emulację. Jego zdaniem, rola sztuki w gospodarce nie była wcale bardziej kluczowa od kuchni czy ekstrawaganckich środków transportu. Twierdził także, że pielęgnowanie namiętności w postaci tworzenia sztuki nie jest szkodliwe dla jednostki. Ostatecznie jednak sztuka nie była postrzegana jako forma wyrażania cnót, lecz kojarzona była z luksusowym kaprysem i marnotrawstwem rzadkich zasobów (Goodwin, 2006). W pracach Mandeville'a można odnaleźć krytykę teorii estetyki Shaftesbury'ego. Mandeville odrzucał podziały hierarchiczne i podkreślał, że wszyscy ludzie dążą do maksymalizacji przyjemności bez względu na cnotę (Hutter i Shusterman, 2006). Mandeville był również jednym z pierwszych myślicieli, który podjął tematykę określenia determinant wartości dzieł sztuki (Goodwin, 2006).

David Hume również przyczynił się do rozwoju myśli dotyczącej wartości sztuki poprzez prace nad określeniem obiektywnego standardu smaku. Podstawą jego filozofii estetyki było stwierdzenie, że piękno nie jest właściwością rzeczy, ale tkwi w umyśle oceniającego i jest uczuciem, które powstaje w wyniku relacji pomiędzy jednostką a przedmiotem. W odniesieniu do Hume'a można mówić wręcz o „przyczynowej” teorii smaku – w wyniku oddziaływania przedmiotów na ludzi tworzą się związki przyczynowe pomiędzy uczuciami a obiektami je wywołującymi. Źródłem piękna (bądź deformacji) jest powstałe uczucie przyjemności lub bólu

płynące z kontaktu z przedmiotem lub jego użyteczność. Uznanie, że piękno tkwi w umyśle patrzącego doprowadziło Hume'a do zaobserwowania relatywizmu piękna – każda osoba postrzega je inaczej. Hume zdawał sobie sprawę, że obiektywne cechy obiektów wpływają jednak na subiektywne osądy ludzi. Chcąc zdefiniować standard gustu, zaproponował, że powinien on powstać w oparciu o oceny osób posiadających szczególne umiejętności w ocenie sztuki, czyli krytyków. Hume miał na celu tym samym opracować zbiór ogólnych zasad służących właściwemu ocenianiu piękna oraz rozstrzyganiu sporów na tym tle (Costelloe, 2007). Dodatkowo, Hume odrzucił przekonanie, że każda forma luksusu jest bezwzględnie szkodliwa i niemoralna. Sądził, że sztuka może być pożyteczna dla społeczeństwa – okresom artystycznego rozkwitu towarzyszy bowiem rozwój w innych sektorach, a luksus może stanowić pewnego rodzaju zachętę do tego rozwoju. Chociaż z jednej strony sztuka może być postrzegana jako ograniczająca produkcję bardziej użytecznych dóbr i usług, w istocie pozwala ona na kontrolę bardziej szkodliwych cech wśród społeczeństwa, takich jak brutalność czy indolencja (Goodwin, 2006).

Inne cenne refleksje pojawiły się za sprawą Francisa Hutchesona, którego uznaje się za pierwszego filozofa będącego autorem opracowania poświęconego bezpośrednio tematyce estetyki (*Inquiry into the Original of Our Idea of Beauty and Virtue*) (Graham, 2014). Hutcheson należał do myślicieli uznających, że piękno nie stanowi nieodłącznej części przedmiotu, ale jest skutkiem doświadczenia przyjemności, jakie automatycznie odczuwa obserwator w zderzeniu z cechami danego obiektu. Jego zdaniem wewnętrzne poczucie piękna i zdolność do jego oceny jest niezależna od posiadanej wiedzy i nie ma charakteru poznawczego (Hutter i Shusterman, 2006; Kivy, 1995). Hutcheson wyróżnił dwie kategorie piękna – piękno absolutne i relatywne. Dzieła sztuki są reprezentacjami powstałymi w oparciu o imitację lub podobieństwo, co odnosi się bezpośrednio do relatywnej kategorii piękna. Hutcheson uważał jednak, że dzieła sztuki składają się z obu kategorii piękna, które z kolei opierają się na idei jednolitości wśród różnorodności (*uniformity amidst variety*) (Kivy, 1995). Zasada ta ma obejmować jednocześnie formę i treść obiektu – nawiązuje do kategorii porządku i proporcji, którymi Shaftesbury określał przedmioty jako piękne (Kivy, 1995; Shelley, 2006).

Warto zauważyć, że w ekonomii politycznej teorie wartości rozwijały się na długo przed Adamem Smithem (Sewall, 1901). Adam Smith w swoich poglądach na temat sztuki był nieco bardziej bliższy poglądom Mandeville'a, a nie swojego mentora – Hutchesona. Uważał, że ludzie kupują dzieła sztuki głównie przez wzgląd na panującą modę i to właśnie panujące

trendy bardziej wpływają na postrzeganie sztuki niż indywidualny osąd. W „Badaniach nad naturą i przyczynami bogactwa narodów” niewiele uwagi poświęcono kwestii sztuki. Pisząc o wartości kamieni szlachetnych, Smith podkreślał, że ich wartość wzrasta z uwagi na ich rzadkość. Z kolei biorąc pod uwagę podział pracy, sztukę zaliczyć należy do kategorii pracy nieprodukcyjnej, która nie prowadzi bezpośrednio do akumulacji kapitału i wzrostu. W eseju „O sztukach naśladowczych” Smith wskazał, że sztuki powstałe w oparciu o imitację stanowią nieodłączną część ludzkiej cywilizacji (Goodwin, 2006). Stopień imitacji jednak różni się dla poszczególnych dziedzin sztuki – przykładowo, w malarstwie miarą kunsztu jest jak najdoskonalsze odwzorowanie natury. Jednego z głównych źródeł piękna szkocki filozof upatrywał w użyteczności i dopasowaniu przedmiotu do jego przeznaczenia, co pojawia się również w filozofii Hume’a (Markwart, 2012). Smithowi zawdzięcza się rozróżnienie wartości użytecznej (*value in use*) i wartości wymiennej (*value in exchange*). Między tymi znaczeniami wartości zachodzi zależność – rzeczy posiadające wartość użyteczną (np. woda) nie dysponują wartością wymienną, z kolei obiekty o dużej wartości wymiennej (np. diamenty), za które można nabyć inne przedmioty, nie są użyteczne (Smith, 1977). Skutkiem tego rozróżnienia był szereg teoretycznych zmian, wśród których należy zwrócić uwagę na rewolucję marginalistyczną, która miała miejsce pod koniec XIX wieku. W jej wyniku teoria wartości w ekonomii przekształciła się w teorię ceny (Throsby i Zednik, 2014).

Na szczególną uwagę w niniejszych rozważaniach zasługuje również teoria Immanuela Kanta. Wynika to z faktu, że stanowi ona podstawę współczesnej teorii sztuki. Kant w swoich rozważaniach czerpał zarówno z dorobku empirycznych filozofów brytyjskich, jak i z filozofii racjonalizmu. Jego zdaniem, sąd estetyczny jest w istocie uczuciem rozkoszy (lub wręcz przeciwnie) odczuwanym przez podmiot w zderzeniu z ocenianym obiektem (Hutter i Shusterman, 2006). W ujęciu Kanta, istotę piękna rozpoznać więc można poprzez doznanie i związany z tym aspekt rozkoszy – Kant zerwał tym samym z wcześniejszymi teoriami oceny piękna w sposób racjonalny i według zasad logicznych (Pakalski, 1994). Kant uważał, że każdy, nawet nie będąc krytykiem, jest zdolny do dokonania osądu estetycznego, pod warunkiem przyjęcia odpowiedniej postawy (Hutter i Shusterman, 2006). Twierdził tym samym, że sąd estetyczny jest jednocześnie subiektywny, jak i uniwersalny – odbiorca nie dokonuje oceny wyłącznie dla siebie, ale przeciwnie – współtworzy dla innych (Van den Braemhussche, 1996). Jego zdaniem jednak, doświadczenie estetyczne płynące z kontaktu z naturą przewyższa to wynikające z obcowania ze sztuką. Kant bez wątplenia doceniał jednak sztukę piękną,

twierdząc, że jej tworzenie wymaga elementu geniuszu. Idee Kanta podkreślające umiejętność tworzenia przez artystów rzeczy oryginalnych i wyjątkowych spowodowały wzrost znaczenia artystów i ich twórczości. Twierdzono wówczas, że sztuki nie da się określić w kategoriach pojęciowych czy liczbowych (Hutter i Shusterman, 2006).

Wskutek pojawienia się myśli Kanta, wraz z początkiem XIX wieku uznaje się, że nastąpiła wyraźna rozbieżność w kierunkach narracji filozofii estetyki oraz ekonomii politycznej (Hutter i Shusterman, 2006). W estetyce dzieła sztuki były zasadniczo postrzegane jako bezpośrednio powiązane z życiem ludzi – ich rolą było wpływanie na przekonania, przedstawianie prawd i wierzeń w przyjemnej w odbiorze formie. Od tego, w jakim stopniu sztuka służyła celom stawianym przez ludzi zależała tym samym jej wartość. Stopniowo jednak to podejście zmieniło się na rzecz skierowania się ku wartości wewnętrznej dzieła (*intrinsic value*), podkreślając, że to dzieło sztuki samo w sobie stanowi cel (Woodmansee, 1994).

Biorąc pod uwagę kontekst zmian w ekonomii politycznej, można zaobserwować z jednej strony rozwój teorii kosztów produkcji za sprawą Davida Ricardo, z drugiej natomiast – teorię maksymalizacji najwyższego dobra – *summum bonum* – reprezentowaną m.in. przez Jeremy'ego Benthama, Jamesa Milla i Johna Stuarta Milla. Założeniem etyki prekursorów utilitaryzmu był pomiar sumy przyjemności doświadczanych przez społeczeństwo. Ricardo z kolei odwoływał się zasadniczo do obiektywnie mierzalnych kosztów i pracy (Hutter i Shusterman, 2006). Wytwory kultury zaczęto traktować w kategoriach nie tyle obiektów będących przedstawieniem ludzkich wartości, ile raczej towarów posiadających wartość wymienną na szybko zmieniającym się rynku (Guy, 1999).

Gagnier (1993) uważała, że wraz z końcem XIX wieku można mówić o ponownym zbliżeniu się dyskursu ekonomicznego i estetycznego dotyczącego sztuki. Zarówno w ekonomii jak i estetyce rozwinęło się wiele równoległych nurtów, co zaowocowało odejściem od przekonania, że zjawiska powinny być tłumaczone głównie za pomocą teorii ekonomicznych. W nauce zapanował pluralizm dyskursów uznający możliwość wyjaśniania ludzkiego zachowania, korzystając z dorobku wielu dziedzin. W ekonomii rozwijała się teoria marginalistyczna, z kolei w teorii estetyki narodził się nurt skupiający się na znajdowaniu przyjemności podczas obcowania ze sztuką, czyli estetyzm. Wielość wątków dotycząca wartości estetycznej sztuki doprowadziła w pewnym okresie do kwestionowania samego pojęcia estetyki. W naukach ekonomicznych z kolei dyskutowano nad konceptem *homo*

oeconomicus (Guy, 1999). W przypadku obu dyscyplin można zaobserwować zwrot w kierunku formalizmu kosztem dominującego do tej pory normatywizmu (Gagnier, 1993).

Rozwijające się technologie umożliwiały wykonywanie przedruków i reprodukcji wytworów kultury, jednocześnie czyniąc ją bardziej dostępną dla mas. Era technicznej reprodukcji sztuki przyczyniła się do jej rozpowszechnienia, czego skutkiem był rozwój ideologii konsumpcjonizmu w odniesieniu do sztuki, co z kolei można określić jako jej utowarowienie. Takie podejście implikowało traktowanie dzieł sztuki jako towarów podlegających wycenie rynkowej tak samo jak dobra codziennego użytku. Przyjęcie tej perspektywy jednocześnie pozbawiało dzieła sztuki ich wyjątkowości (Guy, 1999).

Warto zauważyć, że wiek XIX zaowocował dążeniem wielu dziedzin badań do uzyskania statusu nauki. Dotyczyło to również ekonomii politycznej, w przypadku której celem stanowiło opracowanie pozwalających na generalizację modeli oraz prognozowanie (Goodwin, 2006). Badaczem dążącym do matematycznego opisu praw ekonomicznych był William Stanley Jevons – jeden z prekursorów teorii użyteczności. W jego rozumieniu wartość nie jest właściwością przedmiotu, ale stanowi abstrakcyjną relację pomiędzy jednostką i obiektem. Jevons twierdził, że dany przedmiot może wiązać się z różnym poziomem użyteczności dla różnych osób (Guy, 1999; Jevons, 2013). W konsekwencji więc nie sposób jest zmierzyć ani porównać poziomu czerpanej przyjemności, gdyż odnosi się ona do wewnętrznych stanów jednostki (Jevons, 2013). Tym co można zmierzyć są jednak rzeczywiste decyzje oraz wzory zachowań konsumpcyjnych. Jevons zakładał, że wartość zależy od użyteczności, a ta z kolei jest zdeterminowana przez ilość towaru (Gagnier, 1993; Jevons, 2013). W jego ujęciu, sztuka została zrównana z innymi towarami dostarczającymi subiektywnej przyjemności (Guy, 1999). W tej teorii każda kolejna jednostka dobra jest mniej użyteczna i niezbędna w porównaniu z poprzednią (Jevons, 2013). To z kolei implikuje możliwość „podziału” dobra na mniejsze elementy, co w przypadku dzieł sztuki jest niemożliwe. Stanowią one tym samym wyjątek, wzbudzając zasadność wymiany dzieł sztuki na podzielne towary (np. pieniądze) (Guy, 1999).

W przypadku filozofii estetyki, należy wyróżnić dorobek przedstawiciela idealizmu, czyli Georga Wilhelma Friedricha Hegla. Hegel określał sztukę wraz z religią i filozofią jako jeden z trzech najwyższych sposobów ludzkiego znaczenia będący wyrażeniem absolutu (Desmond, 1986). Piękno artystyczne będące zmysłowym przedstawieniem absolutu dzieli się, zdaniem Hegla, na symboliczne, klasyczne i romantyczne. W sztuce musi dojść do połączenia idealnej treści ze zmysłową konfiguracją, a od stopnia, w jakim oba wymiary przyczyniają się do

rozwijania idei, zależy wartość sztuki (Hofstadter i Kuhns, 1976). Sztuka pełni kluczową rolę w zrozumieniu koncepcji absolutu Hegła, a tym samym także w zrozumieniu jego koncepcji samej filozofii. Sztuka jest nieodzowna dla poznania filozofii i specyfiki poszczególnych narodów, ponieważ zawiera w sobie przekonania, idee oraz intuicje pokoleń (Desmond, 1986). Jej wartość nie sprowadza się więc do dostarczania rozrywki, ale raczej do zbliżania się ku prawdzie (idei). Co szczególnie należy podkreślić w filozofii Hegła i co świadczy o dużym uznaniu sztuki to – w przeciwieństwie do teorii Kanta – wskazanie, że sztuka uosabia piękno bardziej niż natura. Ponadto Hegel przedstawiał argumenty przemawiające za traktowaniem sztuki jako przedmiotu badania (Hofstadter i Kuhns, 1976).

Inny niemiecki myśliciel – Artur Schopenhauer – położył podwaliny pod ocenianie wartości sztuki nie tylko przez pryzmat doświadczanego dzięki niej estetycznego doznania. Na podstawie jego filozofii można wysnuć wniosek, że wartość sztuki może być budowana również na kontemplacji tragedii i że ludzie potrafią docenić poglądy i przekonania sprzeczne z ich własnymi (Vandenabeele, 2008). Chociaż Schopenhauer twierdził, że sztuka nie może równać się z nieskalaną przez człowieka naturą, podkreślał jednocześnie jej dominację w aspekcie przekazywania prawdy. Filozof podkreślał, że sztuka stanowi najbardziej uniwersalne przedstawienie rzeczywistości, które pozwala na dostrzeżenie świata takim, jaki rzeczywiście jest. Uważał także sztukę za najwyższy przejaw ludzkiej świadomości, za której tworzenie odpowiada artysta zdolny do przekazania idei innym (Hofstadter i Kuhns, 1976). Schopenhauer czerpał także z filozofii Kanta i Platona, mimo że przedstawiał nieco inne od Kanta podejście względem wyobraźni estetycznej. Uważał bowiem, że artysta odkrywa wieczne idee, przy czym Kant twierdził, że jego rolą jest kreowanie nowych form i intuicji przy pomocy wyobraźni (Vandenabeele, 2008).

Filozofia Schopenhauera z kolei jest istotna dla rozwoju myśli Nietzschego na temat sztuki. Nietzsche na przestrzeni życia przyjmował różne stanowiska względem estetyki – można wręcz uznać, że jego filozofia sztuki zatoczyła koło. Nietzsche podważał rolę bezinteresowności będącej centralnym punktem estetycznego przeżycia. Uważał, że sztuka może mieć wiele funkcji – może stanowić zagadkę do rozwiązania, pobudzać do działania, sprawiać przyjemność, upamiętniać istotne chwile, a nawet być wyznacznikiem przyszłości. Sztuka tym samym ma znaczenie tylko wówczas, kiedy służy życiu i kiedy, tak jak religia, przynosi nadzieję na inny rodzaj życia (Young, 1992).

Filozofem podejmującym zagadnienia sztuki i jej wartości był także Martin Heidegger, który zajął krytyczne stanowisko względem współczesnej mu estetyki. Zauważył, że sposób jej przedstawiania służy przede wszystkim zaspokajaniu wyrafinowanego gustu koneserów i estetów (Houlgate, 2020). Heidegger poszukiwał odpowiedzi na pytanie o źródło dzieła sztuki. Uważał, że dzieło sztuki ma swój początek w artyście, przy czym oba te pojęcia czerpią ze sztuki. Pytanie o źródło dzieła sztuki jest tym samym pytaniem o istotę sztuki. Heidegger wyrażał wątpliwość czy sztuka nie jest wyłącznie kolejnym słowem, które nie znajduje odzwierciedlenia w rzeczywistości. W dziele sztuki uchwycona jest prawda – oddaje ono ogólną istotę rzeczy, a niekoniecznie odtwarza rzeczywisty byt. Jego zdaniem, dzieło sztuki nie jest obiektem posiadającym jakąś przypisaną mu wartość artystyczną. Każde posiada jednak pierwiastek rzeczowy (*das Dinghafte*), który dla dzieła malarskiego jest barwą, a dla rzeźby – drewnem (Heidegger, 1992).

Myśl ekonomiczna z kolei rozwijała się m.in. za sprawą Vilfreda Pareto, który analizował rozbieżności pomiędzy preferencjami i przeszkodami podczas dokonywania wyboru. Pareto rozumiał „gusta” jako subiektywne porównania doznań według pewnych ustalonych reguł. Pojęcia tego, przeciwie do innych ekonomistów tamtych czasów, nie wiązał z kategoriami przyjemności – nie odnosił się do hedonizmu. Uważał, że każda osoba ma stabilny system gustów, rozumianych jak gdyby były obiektywnymi faktami, do których dostosowuje się zachowanie i które pozwalają porównywać doznania (Bruni, 2013). Teoria Pareto została rozwinięta przez Johna Richarda Hicksa – odchodzono od konceptu mierzenia użyteczności na rzecz przedstawienia problemu wyboru w oparciu o racjonalne przesłanki, ograniczając subiektywizm (Romanow, 1988).

Na osobną uwagę zasługuje natomiast myśl ekonomiczna Thorsteina Veblena odwołująca się do kwestii użyteczności społecznej. Veblen upatrywał źródeł wartości dzieł sztuki przede wszystkim w prestiżu wynikającym z ich posiadania oraz w obawie przed konsekwencjami braku ich posiadania. Dzieło sztuki w tym ujęciu stanowi element podkreślenia statusu społecznego posiadacza czy przynależności do określonej grupy (Białynicka-Birula, 2003). Veblen stał na stanowisku, że piękno dzieł sztuki wynika z faktu, że są one kosztowne i bezużyteczne. Veblen jest autorem tezy, zgodnie z którą w pewnych warunkach wysoki poziom cen może powodować wzrost popytu. Paradoks ten, sprzeczny z podstawowymi ustaleniami w zakresie zależności pomiędzy ceną a ilością dostępnego dobra, wskazuje, że

wysoka cena może stanowić impuls do dokonania zakupu – jest ona wówczas wyrazem statusu majątkowego czy pozycji społecznej (Białyńska-Birula, 2005).

Podsumowując, w myśli ekonomicznej wykształciły się dwa wiodące nurty dotyczące pochodzenia wartości – obiektywny i subiektywny. Reprezentanci nurtu obiektywnego (Smith, Ricardo) skupiali się zasadniczo na postrzeganiu wartości przez pryzmat kosztów zaangażowanych w wytworzenie danego dobra. W koncepcjach tych nacisk położony został na aspekty podażowe na rynku – w procesie wartościowania nie uwzględniono m.in. wpływu nabywcy. Przedstawiciele subiektywnego podejścia (m.in. Jevons, Pareto) z kolei silniej akcentowali znaczenie popytowej strony rynku. W kwestii wartości odnosili się do potrzeb człowieka, jego dążenia do maksymalizacji przyjemności i minimalizacji przykrości. Centralnym punktem tych koncepcji było zagadnienie użyteczności (Białyńska-Birula, 2003).

W wyniku rozwoju równoległych podejść do oceny wartości dzieła sztuki zrodziła się idea, zgodnie z którą wartość dzieła sztuki można być określana z dwóch odrębnych perspektyw – jednej wywodzącej się z estetyki i drugiej – z ekonomii (Throsby i Zednik, 2014). Dorobek myśli ekonomicznej i filozoficznej w odniesieniu do sztuki i jej wartości stał się punktem odniesienia dla współczesnych koncepcji, które przedstawione zostaną w dalszej części pracy.

1.2. Dwoistość dyskursów w rozumieniu wartości – ekonomia a estetyka

Biorąc pod uwagę odmienny sposób przedstawiania sztuki w kategoriach ekonomicznych i odnoszących się do estetyki, można mówić wręcz o „podwójnym dyskursie wartości”. Określenie to zostało wprowadzone przez Barbarę Smith, która wskazuje na różnice aksjologiczne w obu dyskursach. Ekonomia odnosi się do takich aspektów jak pieniądze, handel, technologia, przemysł, produkcja i konsumpcja. Obserwowane zjawiska są wyjaśniane przez pryzmat kalkulacji, cen, preferencji, zysków czy użyteczności. Aksjologia estetyki natomiast odnosi się do takich pojęć jak sztuka, kultura, geniusz, kreacja czy uznanie. W opisie zjawisk wskazuje się na kwestie inspiracji, dobrego czy złego smaku, wartości wewnętrznej (*intrinsic value*) czy transcendentnej (Smith, 1988). Wyróżnia się więc dyskurs bazujący na utylitaryzmie, który odwołuje się do neoklasycznych modeli ekonomii, teorii użyteczności i racjonalnych decyzji. Z drugiej strony można wskazać na dyskurs humanistyczny, odrzucający utylitaryzm, który dominuje w filozofii sztuki. W rozważaniach na temat sztuki, binarna logika zestawiająca oba podejścia jest powszechna, ale jednocześnie nie jest wolna od

niekonsekwencji, niewyjaśnionych kwestii czy apriorycznych założeń. Zauważając różnice pomiędzy nimi, można odnieść się też do odrębnego rozumienia pojęcia wartości dzieła sztuki.

Pojęcie „wartości” jest definiowane w odmienny sposób na gruncie różnych dziedzin. Z jednej strony wartość zwykle odnosi się do jakiejś konkretnej rzeczy, a z drugiej natomiast – jest wynikiem wartościowania, czyli oddziaływania pomiędzy rzeczą a odbiorcą. Chociaż nie jest znana żadna arbitralna zasada podziału, wartości różnią się między sobą rodzajowo (Ingarden, 1966). Z punktu widzenia zagadnień podejmowanych w niniejszej pracy, rozważania dotyczyć będą zasadniczo kwestii wartości ekonomicznej oraz wartości kulturowej, artystycznej i estetycznej. Throsby (2003) w kontekście dzieł sztuki posługuje się rozróżnieniem na wartość ekonomiczną i kulturową. W literaturze obecne są także inne podejścia względem rozumienia wartości dzieła sztuki. Przykładowo, Klamer (2004) wyszczególnił obok wartości kulturowych i ekonomicznych jeszcze wartości społeczne. Zdaniem McCaina (2006) z kolei na wartość dzieła sztuki składa się wartość ekonomiczna i pozaekonomiczna, wśród której wyróżnia się wartość artystyczną i kulturową. Horowitz (2011) natomiast wyróżnił takie kategorie wartości jak wartość ekonomiczna, wartość symboliczna i wartość krytyczna.

Wartość ekonomiczna dobra kultury jest tym, ile ludzie są skłonni za nie zapłacić (Klamer, 2004). Podobnie określał ją McCain (2006) jako mierzalną gotowość do zapłaty z uwzględnieniem zdolności do jej dokonania. Horowitz (2011) wskazał, że wartość ekonomiczna dzieł sztuki oznacza, że można je kupić lub sprzedać z zamiarem osiągnięcia zysku (lub straty). Nie oznacza to jednak, że wartość ekonomiczną dzieła sztuki można utożsamić z wartością finansową czy handlową. Mimo że wyraża się ją najczęściej w pieniądzu (lub w postaci dobra *numéraire*), wartość ta obejmuje zarówno wartość użytkową dobra, jak i wszelkie pozarynkowe wartości, których obiekt może być źródłem (Throsby, 2003).

Tym samym, w przypadku dzieł sztuki można mówić o konsensusie w odniesieniu do sposobu określania wartości ekonomicznej. Kluczowym aspektem w tej perspektywie jest cena, która ma podwójne znaczenie – z jednej strony jest wskaźnikiem wartości, z drugiej natomiast może dostarczać informacji o jakości artystycznej dzieła (Angelini, 2017). Na gruncie teorii ekonomicznych, związek pomiędzy wartością a ceną oraz definicje tych pojęć stanowią odrębny, istotny przedmiot dyskusji (Drenda, 2016). Posługując się tymi konceptami należy mieć na względzie, że w świetle wielu koncepcji ekonomicznych nie ma między tymi pojęciami równości. Cenę jako odzwierciedlenie wartości można właściwie uznać tylko przy założeniu

nieograniczoności zasobów i powszechnej pomnażalności produktów. Podejście takie przeważało szczególnie w koncepcjach rozwijających się w XIX i XX wieku zakładających „obfitość” czynników wytwórczych oraz nieuwzględniających wielu aspektów m.in. rzadkości dóbr (Romanow, 1988).

Wartość ekonomiczna jest rozumiana jako agregat wartości rynkowej i nierynkowej dzieła, który za pomocą metod analizy ekonomicznej wyraża się w kategoriach pieniężnych. Za pomocą informacji o cenach lub innych wymiernych korzyściach dla odbiorcy dokonuje się więc kalkulacji wartości rynkowej. Do badania wartości nierynkowej służą natomiast badania preferencji (Throsby i Zednik, 2014).

McCain (2006) źródła wartości upatrywał w możliwości dokonywania wyboru spośród dostępnych alternatyw. Bonus i Ronte (1997) z kolei w rozważaniach dotyczących ekonomicznej wartości dzieła sztuki wskazali na znaczenie jego wiarygodności. Zdaniem autorów, warunkiem nadania dziełu wartości ekonomicznej jest jego społeczne uznanie. Oceny jakości dzieła sztuki nie dokonuje się bowiem w sposób obiektywny za pomocą określonych metod naukowych. Szczególną rolę w formowaniu tej oceny odgrywają opinie ekspertów, chociaż wiedza kulturowa, którą dysponują nie jest pozbawiona elementów subiektywnych. Za ekspertów uznaje się m.in. krytyków sztuki, profesorów, koneserów, innych artystów, historyków sztuki, muzealników, handlarzy dziełami sztuki czy edytorów czasopism związanych ze sztuką. Wiarygodność dzieła sztuki budowana jest w toku interakcji pomiędzy ekspertami, wymieniającymi sprzeczne opinie, jak i wypracowującymi spójne stanowisko często na przestrzeni wielu lat. W konsekwencji, potencjalni nabywcy odwołują się do ocen eksperckich, gdyż nie dysponują obiektywnymi kryteriami, dzięki którym byłoby w stanie bezpośrednio zmierzyć jakość dzieła sztuki. Budowanie wiarygodności wartości dzieła sztuki, a zarazem tworzenie jego wartości, jest więc procesem społecznym (Bonus i Ronte, 1997).

Patrząc z perspektywy inwestycyjnej, obrót dziełami sztuki na rynku bazuje na zakorzenionym przekonaniu, że kwota, za jaką w przyszłości możliwa będzie wymiana dzieła sztuki będzie większa niż początkowo zainwestowana suma. Innym ważnym aspektem jest prawo rzadkości – poszukuje się rzadkich zasobów lub artefaktów uważanych za cenne, wynikających na przykład z naturalnego niedoboru złota lub sztucznego niedoboru przedmiotów wytworzonych przez człowieka. W literaturze, wartość ekonomiczna dzieła zestawiana jest często z wartością kulturową, estetyczną, artystyczną czy wewnętrzną. Ze

względu na wielość pojęć określających wartość dzieła sztuki w dyskursie pozaekonomicznym, warto przybliżyć te zawiłości semantyczne. Należy jednocześnie zaznaczyć, że chociaż nakreślone zostaną istotne zagadnienia, kwestie wartości w ujęciu estetyki są zagadnieniem wykraczającym poza zakres niniejszej pracy.

Powszechnie uznanym przez badaczy podejściem do opisu wartości kulturowej jest to zaproponowane przez Throsby'ego (2003). Zdaniem autora, wartość kulturowa jest wielowymiarowa, niestabilna i może ulegać zakwestionowaniu. W odróżnieniu od wartości ekonomicznej, w przypadku wartości kulturowej nie sposób jest wskazać na określoną jednostkę rozliczeniową, która mogłaby ją opisać. Trudność sprawia również uwzględnianie aspektów niedających wyrazić się na skali jakościowej lub ilościowej. Warto zauważyć, że wartość kulturowa jest to konstrukt wielopłaszczyznowy, obejmujący m.in. aspekt społeczny, estetyczny, historyczny czy też symboliczny (Throsby, 2003; Throsby i Zednik, 2014). W swoim badaniu, Throsby i Zednik (2014) przyjęli, że wartość kulturowa dzieła jest spójna z pojęciem wartości zgłębianym na gruncie estetyki i filozofii. Autorzy przyjęli, że jest to pojęcie szersze od wartości estetycznej, która – obok komponentu symbolicznego, społecznego, edukacyjnego i duchowego – jest jego składową (Throsby i Zednik, 2014). McCain (2006) do kategorii wartości pozaekonomicznych zaliczył wartość artystyczną i kulturową, zaznaczając jednak, że pojęcia te mogą pokrywać się znaczeniowo. Centralną koncepcją dla wartości artystycznej dobra jest kreatywność wymagająca zarówno wprowadzenia nowości jak i dostosowania do realiów kulturowych społeczeństwa. Wartość kulturowa z kolei oznacza, że obiekt jest nośnikiem dziedzictwa kulturowego. Z kolei na znaczenie pojęcia wartości estetycznej i wartości artystycznej zwrócił uwagę Levinson (2014). Autor, odnosząc się w swoich rozważaniach do muzyki, wskazał, że oba pojęcia są podobne, ale nie są tożsame – na wartość artystyczną w dużej mierze składa się komponent estetyczny. Odnosi się on do wartościowania estetycznego (*aesthetic appreciation*), które polega na doświadczaniu form i cech obiektu oraz relacji pomiędzy nimi. Levinson (2014) wskazał ponadto, że wartość estetyczną można w dużej mierze traktować jak wartość wewnętrzną. Jest ona tym samym podstawą tworzenia się wartości artystycznej, która jest szerszą kategorią, obejmującą ponadto takie aspekty, jak oryginalność czy wywieranie wpływu na inne wytwory kultury (Levinson, 2014). Natomiast posiadanie przez przedmiot wartości wewnętrznej oznacza, że wartość tego obiektu istnieje bez względu na to czy zostanie przez kogoś dostrzeżona i doceniona (Throsby i Zednik, 2014).

Wartość artystyczna odnosi się do doskonałości artystycznej rozumianej jako sztuka wykonawstwa oraz umiejętność posługiwania się tworzywem, kompozycją, światłem czy fakturą. Wartość artystyczna dzieła określana jest na podstawie jego wizualnych własności, oryginalności, sposobu przedstawienia treści czy znaczenia dla powstania nurtu w sztuce. Identyfikacja wartości artystycznej wymaga tym samym przyjęcia pewnych zewnętrznych kryteriów i – w odróżnieniu od wartości estetycznej – jest niezależna od odbiorcy. Wartość estetyczna z kolei koncentruje się na reakcji odbiorcy względem obiektu – akcentuje kluczową rolę przeżycia estetycznego (Białynicka-Birula, 2003). Szukając różnic pomiędzy wartością estetyczną a artystyczną można zauważyć, że estetyka obejmuje formalne kategorie, które odnoszą się nie tylko do dzieł sztuki, ale także do innych obiektów (np. roślin, zwierząt czy zjawisk). Dostrzeganie takich aspektów jak jedność, harmonia, złożoność, równowaga czy intensywność w założeniu nie wymaga bowiem posiadania zewnętrznej wiedzy (np. historycznej), którą wykorzystuje się do szacowania m.in. wartości kulturowej. W praktyce, pojęcie wartości estetycznej i artystycznej są ze sobą kojarzone, co czyni rozróżnienie obu pojęć wymagającym zadaniem (Hutter i Shusterman, 2006).

Istniejące rozbieżności definicyjne między pojęciami wartości kulturowej, wewnętrznej, artystycznej czy estetycznej nie są jednak kluczowym aspektem dyskusji w odniesieniu do ekonomii. Z punktu widzenia polemiki dotyczącej wartości, koncepcje wartości w obszarze estetyki i kultury zestawiane są z podejściami prezentowanymi w teoriach ekonomicznych. Warto zauważyć, że oddzielne definiowanie obu pojęć może oznaczać, że całkowita wartość dzieła sztuki powinna składać się z kombinacji wartości ekonomicznej i kulturowej. Taka perspektywa nie byłaby jednak zgodna z podejściem neoklasycznym, zgodnie z którym wartość ekonomiczna dzieła zawiera również poszczególne aspekty wartości kulturowej, czyniąc istnienie tego konceptu zbędnym (Throsby i Zednik, 2014).

Długotrwała debata w ekonomii sztuki i kultury dotyczy tego, czy teoria wartości w ekonomii jest odpowiednia do pełnego odzwierciedlenia wartości zjawisk kulturowych. Wraz z polemiką dotyczącą zakresu pojęcia wartości pojawiają się pytania czy pieniądź jest właściwym miernikiem tej wartości.

Z jednej strony, oceniający mogą mieć trudność w ocenie swojego wrażenia na temat dobra kultury (m.in. doświadczenia duchowego płynącego z ekspozycji na dzieło sztuki) w kategoriach pieniężnych. W tym wypadku wartość ekonomiczna dzieła nie byłaby w stanie uwzględnić wszystkich kluczowych dla oceny aspektów. Biorąc pod uwagę składowe oceny

doświadczeń, nie mają one określonej jednostki rozliczeniowej. W konsekwencji można by uznać, że taka podstawa podejmowania decyzji dotycząca alokacji zasobów w dobra kulturowe nie jest satysfakcjonująca. Takie podejście oddziaływałoby nie tylko na obrót dziełami sztuki, ale również na usługi kultury czy ochronę dziedzictwa kulturowego (Throsby i Zednik, 2014).

W literaturze zwracano uwagę na problem pomijania w analizach ekonomicznych kluczowych aspektów związanych z kulturą i sztuką. Traktowanie dóbr kultury jakimi są dzieła sztuki wyłącznie w kategoriach towaru dającego się opisać w ramach mierzalnych kategorii może prowadzić do nadmiernego uproszczenia. Pomijane są wówczas aspekty związane z niejednoznacznością problemów podejmowanych przez sztukę, które łączą się z estetycznym doświadczeniem zachwyty (Van den Braemhussche, 1996).

Klamer (1996) wskazał na konieczność odróżnienia wytworu sztuki od sztuki jako działania i sztuki jako doświadczenia. Podkreślał, że wartości sztuki jako działania i doświadczenia nie da się zmierzyć, co w istocie przeciwstawia się formie pieniężnej jako miernikowi wartości. Sztuka jako produkt z kolei może być rozumiana jako przedmiot umożliwiający przeżycie artystycznego doświadczenia, ale także jako inwestycja, element dekoracji czy obiekt prestiżu. Klamer wskazywał, że wyrażanie wartości dzieła sztuki w pieniądzu i dążenie do traktowania go jako przedmiotu możliwego do porównania nie tylko wpływa na tę wartość, ale również zaburza odbiór dzieła rozumianego jako doświadczenie (Klamer, 1996). Rozróżnienie na sztukę postrzeganą przez pryzmat obiektu i doświadczenia było obecne wśród badaczy teorii estetyki i wcześniej posługiwał się nim m.in. Pater (Guy, 1999).

Klamer (1996) podkreślał, że rozważania na temat wartości sztuki nawiązują do pojęcia wartości samej w sobie. Jego zdaniem, utrzymanie wartości przedmiotów artystycznych jest możliwe dzięki oddaleniu ich od sfery transakcji handlowych, które mogą dewaluować artystyczne przeżycie. Autor wskazywał, że wartości te budowane są w toku rozmów i relacji międzyludzkich, które są podatne na ingerencje świata komercyjnego i związanych z nim kalkulacji (Klamer, 1996). Przekonania o odmiennym charakterze dzieł sztuki wyróżniały się już na przełomie XVIII i XIX wieku, kiedy to dało się zaobserwować wyraźną rozbieżność dyskursu ekonomii i estetyki. Woodmansee (1994) przywołuje Karla Philippa Moritza, który uważał, że dzieła sztuki są samowystarczalnymi całościami, istniejącymi jako obiekty same dla siebie, które powinny być odbierane bezinteresownie, dla czerpanej z tego przyjemności (Woodmansee, 1994). Podobnie Sagoff (1981) wskazywał, że sztuka nie powinna być

traktowana jako towar, ale raczej powinna być odbierana dla „samej siebie”. Idea, zgodnie z którą wartość dzieła sztuki jest „ponad ceną” (*above all price*) znajduje odzwierciedlenie w teorii estetyki. Bez względu na założenia tej teorii, wśród myślicieli obecna jest tendencja do rozróżniania wartości ekonomicznej i estetycznej. Zgodnie z tym podejściem, sztuka stanowi wyraz intelektualnego dorobku i egzemplifikację uniwersalnych prawd. Powinna być tym samym rozumiana jako obiekt uwielbienia, szacunku lub uznania, a nie przedmiot dający satysfakcję odbiorcy. Sagoff (1981) stwierdza wręcz, że sztuka nie ma żadnej praktycznej funkcji czy zastosowania.

Klamer postulował tym samym o konieczność skorygowania przez ekonomistów podejścia do badań nad sztuką. Argumentował, że w przypadku myślenia o sztuce i kulturze wyłącznie w kategoriach towarowych i miarowych ich wartość sprowadzana jest wyłącznie do cen (Van den Braemhussche, 1996). Stanowisko, zgodnie z którym wartość w sztuce wymyka się dyscyplinie ekonomii zajmował również Hubert Llewellyn Smith. Autor uważał, że dotychczasowe koncepcje ekonomiczne oraz siły rynkowe nie są zdolne do ujęcia pełnej wartości sztuki. Nie odrzucał jednak kategorycznie możliwości opisanie wartości sztuki przez ekonomię. Jego zdaniem, szczególnie kategoria jakości (*quality*) sztuki jest niedostatecznie wyjaśniana przez analizę ekonomiczną. Zdaniem Smitha, jakość dzieł sztuki jest determinowana przede wszystkim przez aspekty uważane przez oceniających za niezależne od ich ceny, ale także nawet istotniejsze od ich wartości rynkowej. W odróżnieniu od innych towarów będących przedmiotem obrotu, w przypadku dzieł sztuki nie tylko samo dobro ma wartość, ale również popyt na nie (Beech, 2015).

Tym samym, w literaturze pojawiały się propozycje nie tyle stosowania doktryny ekonomicznej względem sztuki, co raczej stworzenia kategorii ekonomicznych zdolnych do oceny kluczowych aspektów produkcji artystycznej. Takie podejście reprezentował Horowitz (2011), który zauważył, że chociaż model neoklasyczny nie uwzględnia dostatecznie metafizycznych, estetycznych czy filozoficznych aspektów tworzących wartość, to nie należy uznawać tej perspektywy za całkowicie błędną. Rozważając rozszerzenie zakresu czynników tworzących wartość dzieł sztuki, autor odwołał się do socjologicznego pojęcia „kapitału symbolicznego” wprowadzonego przez Bourdieu. Należy bowiem rozróżnić inwestorów dążących do osiągnięcia korzyści finansowych od tych uczestników rynku, którzy z uwagi na chęć budowania statusu rezygnują z zysków na rzecz długoterminowych symbolicznych

i ekonomicznych dywidend. W świetle tej koncepcji, korzyści ekonomiczne stanowią tylko jeden z wielu innych czynników motywacyjnych.

Potrzebę dostosowania kategorii ekonomicznych do opisu sztuki argumentowano także, porównując producentów zaopatrujących rynek z artystami wytwarzającymi dzieła sztuki. Producenci, za sprawą sił rynkowych, realizują potrzeby klientów, możliwie najlepiej zaspokajając popyt. Ta prawidłowość nie jest jednak właściwa dla artystów, którzy kierują się często innymi motywacjami. Artyści nie tworzą sztuki wyłącznie w odpowiedzi na zapotrzebowanie ze strony kolekcjonerów, ale biorą pod uwagę również aspekty jakości, bez względu na to czy ktoś byłby skłonny za nie zapłacić (Beech, 2015). Warto jednak zaznaczyć, że wśród części artystów istnieje świadomość biznesowych korzyści wynikających z ich aktywności twórczej. Świadomość ta może w konsekwencji przekładać się na ich działanie na rynku, czego przykładami są Jeff Koons lub Marko Kostabi (Van den Braemhussche, 1996). Niemniej jednak, siły rynkowe skłaniają dostawców jedynie do zapewnienia tego, czego żądają klienci, a w najlepszym razie do zaspokojenia popytu z zachowaniem najwyższych możliwych standardów, co jest nieadekwatne względem zasad leżących u podstaw praktyki artystycznej. Jeśli artyści nie tylko dostarczają to, czego domaga się rynek, lub dają konsumentom to, czego chcą, ale kierują się względami jakości i celu wykraczającymi poza te, za które inni są skłonni płacić, to producenci sztuki nie są motywowani i zachęceni w taki sposób, jak typowi producenci towarów (Beech, 2015).

Niektórzy badacze w dyskusji zajmują odmienne stanowisko względem krytyki podejścia neoklasycznego. Wskazują, że traktowanie sztuki w kategoriach wytworu, doświadczenia i aktywności nie jest zasadne – nie sposób wskazać na takie cechy dzieł sztuki, które pozwoliłyby na jednoznacznie rozgraniczenie ich względem innych produktów czy działań gospodarczych. Nawet aspekt wymiany niepieniężnej nie gwarantuje odróżnienia wytworu kultury od innych produktów – jako przykłady przytaczano w tym kontekście prezenty czy usługi, które można uznać za należące do tej samej kategorii. Biorąc pod uwagę, że w XVII wieku traktowanie dzieł sztuki jako towarów było uznawane za naturalne zjawisko, pojawia się pytanie czy dyskusje na temat ekonomicznej i wewnętrznej wartości dzieła nie stały się właściwe szczególnie czasom współczesnym (Van den Braemhussche, 1996).

Towse (1996) zajęła krytyczne stanowisko w stosunku do koncepcji Klamera, odrzucającej podejście ekonomii neoklasycznej i podkreślającej, że wartość dzieł sztuki nie może zostać określona na rynku. Autorka podkreśliła, że teorie neoklasyczne, mimo słabości, mają wartość

predykcyjną. Jej zdaniem, odmówienie prawa do oceny sztuki na rynku sprawiłoby, że byłby to przywilej wyłącznie krytyków sztuki bądź artystów, co prowadziłoby to paternalizmu i snobizmu. Paradygmat neoklasyczny nie odnosi się do wartości wewnętrznej dzieła, ale zrównuje wartość z ceną. Celem jest wskazanie czy cena jest efektywna i jak szacowane są koszty alternatywne, a nie czy jest ona właściwa i uczciwa. Kwestie moralne i etyczne są ignorowane do momentu, aż nie wpływają na kształtowanie się popytu i podaży (Towse, 1996). Jednocześnie, podejście neoklasyczne nie wyklucza sfer wartości nieekonomicznych. Przeciwnie, podejście to właściwie nie wiąże się z określoną domeną wartości, ale integruje i równoważy różne dziedziny wartości (McCain, 2006).

Autorzy sceptycznie podchodzący do kwestii „wewnętrznej” czy „niemierzalnej” wartości sztuki argumentują, że w obliczu rozwijającego się sektora kultury jest to problem nieaktualny. Sztuka częstokroć sponsorowana jest ze źródeł prywatnych oraz rządowych. Dodatkowo, w czasach nadmiernej podaży, jeśli chodzi o dobra kultury, coraz większą rolę odgrywają pośrednicy kulturowi, przedsiębiorcy czy menedżerowie, a warunki rynkowe zdają się przeważać nad artystyczną autonomią. Jedną z konsekwencji wynikających z tej debaty jest podejście względem komercjalizacji i utowarowienia sztuki. Nie da się bowiem zaprzeczyć, że obrót dziełami sztuki jest nieodłączną częścią gospodarek kapitalistycznych. Podmioty funkcjonujące na rynku sztuki – w tym artyści – postrzegają sztukę przez pryzmat ekonomicznych standardów (Van den Braemhussche, 1996).

Tym samym, aktywność podmiotów działających na rynku sztuki jest zdeterminowana przez dwie sprzeczne logiki – logikę sztuki i logikę rynków kapitalistycznych. Zgodnie z logiką sztuki, wartości dzieł sztuki nie można zmierzyć ani wyrazić za pomocą pieniądza. Jest to logika jakościowa akcentująca niezależne od miar tworzenie dzieł symbolicznych i znaczących. Z drugiej strony, logika rynków kapitalistycznych zakłada ich utowarowienie. Występowanie obu logik w dyskursie naukowym zaowocowało wyróżnieniem dwóch modeli sztuki i rynku – modelu „wrogiego świata” (*hostile world*) oraz modelu „nic innego” (*nothing but*). Model „wrogiego świata” uwypukla niekorzystne skutki łączenia logiki sztuki i logiki rynków kapitalistycznych. Wskazuje, że artyści są wykorzystywani przez dealerów i tworzą przede wszystkim z myślą o sprzedaży dzieła, co sprawia, że nie są ze swoją twórczością związani. W modelu „nic innego” z kolei, reprezentowanym przez neoklasyczną szkołę ekonomii nie zakłada się tak silnej rozbieżności pomiędzy obiema logikami. Rynek sztuki jest traktowany podobnie do innych rynków – artyści tworzą zarówno dla własnych korzyści wewnętrznych,

jak i dla celów zarobkowych. Rynek nie powoduje zubożenia sztuki, ale przeciwnie – może wywierać korzystny efekt (Velthuis, 2005).

Koncepcja wartości dzieła sztuki często jest uznawana za niejasną i postrzega się ją w różny sposób. Wartość ta wynika bowiem z całego szeregu źródeł – moralnych, społecznych, poznawczych, empirycznych, formalnych czy historycznych. W jej tworzeniu istotną rolę przypisuje się także atrybutom dzieła sztuki oraz kontekstowi, w którym dokonywana jest ocena (Throsby i Zednik, 2014).

Istnieje wręcz przekonanie, że dyskusja nad definiowaniem wartości dzieła sztuki, która obecna jest w dyscyplinie ekonomii i sztuki, spowodowała zaostrenie rozbieżności pojęciowej pomiędzy wartością ekonomiczną i kulturową mimo że oba pojęcia opisują wartość tkwiącą w dziełach sztuki oraz przez nie generowaną (Throsby i Zednik, 2014). Dotyczy tego podwójny dyskurs wartości skutkujący odmiennym podejściem w opisywaniu rzeczywistości, jakie reprezentuje ekonomia i estetyka. Z jednej strony wśród badaczy występuje przekonanie, że sztuka konfrontuje odbiorcę z doświadczeniem zdumienia, nieokreśloności i niejednoznaczności, które opierają się ograniczeniom do ekonomicznych kalkulacji i racjonalności. Wartość sztuki wciąż przewyższa wówczas jej czysto komercyjną wartość (Van den Braemhussche, 1996). Zgodnie z tym podejściem, ekonomia nie dysponuje wystarczającym językiem do ujęcia wartości dzieł sztuki. Z drugiej strony, podejście neoklasyczne skupia się przede wszystkim na cenie jako mierniku wartości i taką optykę przyjęto w niniejszej pracy. Tworzenie tej wartości nie jest jednak procesem wyizolowanym od kulturowych czy artystycznych aspektów dzieł sztuki. W związku z tym, po wyodrębnieniu podejść dotyczących opisu sztuki i jej wartości warto przyjrzeć się bardziej szczegółowo zależnościom, jakie kryją się pomiędzy pojęciami wartości ekonomicznej i wartości kulturowej, artystycznej oraz estetycznej.

1.3. Wartość ekonomiczna dzieła sztuki i jej odniesienie do wartości estetycznej, artystycznej i kulturowej

W rozważaniach dotyczących postrzegania dzieła sztuki jako przedmiotu inwestycji należy zwrócić uwagę na kwestię wartości kulturowej, artystycznej, estetycznej i wartości ekonomicznej dzieła. Zrozumienia wymaga nie tylko różnica pomiędzy tymi pojęciami, ale także zachodzące między nimi powiązania. Jest to o tyle istotne, że badania dotyczące sztuki

z zakresu ekonomii sięgają do pojęć i koncepcji ukształtowanych na gruncie estetyki i kultury. Wyzwaniem stojącym przed badaczami jest tym samym świadomość tych zagadnień, a także ich odpowiedzialne włączenie do zakresu badań ekonomicznych.

Podjmując kwestię zależności pomiędzy wartością artystyczną i ekonomiczną, można przytoczyć przykład dzieła Vincenta Van Gogha pt. „Portret doktora Gacheta”. Jest to dzieło, którego nie udało się artyście sprzedać za życia, a które pośmiertnie stało się najdrożej sprzedanym dziełem sztuki w historii (w 1990 r.)¹ (Klamer, 1996). Dyskusja dotycząca związków wartości ekonomicznej i estetycznej może sprowadzać się do rozstrzygnięcia czy cena dzieła sztuki odpowiada kreowanemu przez nie estetycznemu sądowi. Innymi słowy, wyzwaniem staje się określenie czy cena może być postrzegana jako wyznacznik jakości bądź kulturowego znaczenia dzieła sztuki.

W ujęciu teorii estetyki, źródło wartości dzieła sztuki tkwi w subiektywnych percepcjach wywodzących się z indywidualnych reakcji na to dzieło. Ocena może zostać dokonana na podstawie formalnych reguł, ale również na bazie nieformalnych uczuć i postaw towarzyszących reakcji odbiorcy na dzieło sztuki. Tak powstały osąd stanowi ocenę technicznych właściwości dzieła zbudowaną w oparciu o rzeczywiste lub wyobrażone kryteria oceny sztuki. Z drugiej strony, ocena jest odzwierciedleniem gustu, wiedzy, doświadczenia czy klasy społecznej oceniającego. W teorii ekonomii z kolei, uwaga nie skupia się na źródłach, na których budowany jest sąd estetyczny. Bez względu bowiem na ich pochodzenie, ostatecznie znajdują one przełożenie w cenie. Dzieło sztuki oceniane jest więc nie tyle przez pryzmat cech samych w sobie (m.in. takich jak rozmiar, gatunek czy pochodzenie), ale raczej biorąc pod uwagę znaczenie tych charakterystyk dla kształtowania się preferencji jednostki, chęci zapłaty za dzieło czy procesu wymiany generującego cenę rynkową (Throsby i Zednik, 2014).

Ekonomiczne rozumienie pojęcia „wartości” jako wartości rzeczy wyrażonej w określonym momencie w pieniądzu zakłada utowarowienie przedmiotu i zawsze związane jest z pewnym celem. Wartość dzieła sztuki na gruncie estetyki wyraża się z kolei jako coś pożądanego i wartego docenienia samo w sobie (Van den Braemhussche, 1996).

Sagoff (1981) stwierdził, że różnicę pomiędzy wartością ekonomiczną i estetyczną można porównać do sacrum i profanum. Dzieła sztuki są przedmiotami, w stosunku do których obowiązuje żelazne prawo: ich ceny, co do zasady, zawsze rosną, a nigdy nie maleją. Takie

¹ Na aukcji w domu aukcyjnym Christie's, która odbyła się 15 maja 1990 r., obraz został sprzedany za 82,5 mln japońskiemu kolekcjonerowi Ryoei Saito (Christie's, 2015).

założenie można przyjąć szczególnie w przypadku najlepszych prac autorstwa Rembrandta, Turnera czy da Vinci, ale także w stosunku do innych uznanych dzieł obecnych w katalogach. Zaobserwować można bowiem społeczne oczekiwanie, że takie prace nigdy nie stracą wartości. Jednocześnie zakłada się, że nie zmieni się wartość estetyczna takich dzieł, która może co najwyżej wzrosnąć – bez względu na zmieniające się gusta. Wartość ekonomiczna i estetyczna arcydzieł jest więc co do zasady niezmienna (a na pewno nie podlega obniżeniu). Takie przekonanie wyklucza jednak traktowanie dzieł sztuki jako przedmiotów, które mogłyby być przedmiotem obrotu. Wówczas przy wysokim poziomie cen dochodziłoby do znaczącego napływu dzieł sztuki na rynek, co skutkowałoby obniżeniem ich cen.

Ruccio, Graham i Amariglio (1996) zajęli odmienne stanowisko, jeśli chodzi o trwałość wartości – uważali, że może ona ulec nawet nagłym zmianom. Temat powiązań wartości ekonomicznej i estetycznej autorzy podejmowali wychodząc z założenia, że samo pojęcie „wartości” jest wyłącznie konstruktem. Wartość może być tym samym subiektywna, jak i obiektywna albo w ogóle nie odnosić się do tych kryteriów. Autorzy dostrzegli, że dyskusja na temat związków wartości ekonomicznej i estetycznej nie sprzyja stabilności wartości obiektu. Zależnie od przyjętej optyki (ekonomii czy estetyki), można zaobserwować wzajemny proces dewaluacji tych sfer wartości. Wskazano, że wzrost wartości ekonomicznej może prowadzić do obniżenia wartości estetycznej przedmiotu. Można zaobserwować elitaryzm kulturowy, który wyraża się poprzez dewaluację tego, co popularne i co znajduje odzwierciedlenie w wysokich cenach uzyskiwanych na rynku. Wśród poszczególnych aktorów na rynku istnieje obawa, że jedna ze sfer wartości całkowicie wyprze tę drugą – przykładowo, że o wartości dóbr kultury będą decydować wyłącznie ceny rynkowe. To funkcjonuje również w odniesieniu do dominacji orientacji estetycznej, która dysponując potencjałem do kreowania cen w oparciu o konkretne wartości mogłaby zniekształcać wartość ekonomiczną. Nie można także wykluczyć, że pomiędzy wartością ekonomiczną i estetyczną występuje korelacja, a za zachowanie równowagi pomiędzy obiema sferami odpowiadają m.in. opinie eksperckie (Ruccio i in., 1996).

O rozbieżności pojęciowej pomiędzy wartością kulturową a ekonomiczną świadczą wyniki badania Throsby’ego i Zednik (2014). Autorzy założyli, że wartość składa się z obu komponentów, zaznaczając jednak, że wartość kulturowa nie zawiera się całkowicie w wartości ekonomicznej. W badaniu dowiedziono, że istnieje zasadność wyodrębniania wartości kulturowej jako niezależnego konstruktów. Okazało się, że niektóre z elementów

wartości kulturowej były kluczowe dla wyceny ekonomicznej dzieła sztuki, podczas gdy inne pozostawały bez wpływu na ceny. Co ciekawe, znaczącymi aspektami dla ceny okazały się kwestie związane z wrażeniem estetycznym czy wartością edukacyjną (Throsby i Zednik, 2014).

W literaturze występują podejścia, które wskazują na niezależne istnienie obu pojęć, jednocześnie podkreślając ich zależność – wszelkie zmiany wartości kulturowej znajdują odzwierciedlenie w zmianach wartości ekonomicznej. Zdaniem Hutteya i Freya (2010), wartość kulturowa, podobnie jak wartość ekonomiczna stanowią w istocie społeczne konstrukty, które w przeciwieństwie do indywidualnych preferencji, są dostępne obserwacji. Wartość ekonomiczną nietrudno określić za pomocą jednostek walut, natomiast wartość kulturowa wyrażana jest poprzez zbiorową ocenę. Ta ocena może przyjmować różne formy, począwszy od oklasków publiczności, poprzez recenzje ekspertów, nagrody czy obszerność materiałów zamieszczonych w mediach. Kulturowe uznanie budowane jest często przez lata – obiekty zyskują unikatowość i rozpoznawalność, ponieważ można je odróżnić od innych przedmiotów, a podobnych obiektów jest relatywnie mało. Autorzy posłużyli się przykładami dzieł sztuki, w przypadku których wartość kulturowa wpłynęła na wartość ekonomiczną. W przypadku obrazu Rafaela pt. „Madonna z goździkami”, naukowe potwierdzenie autorstwa dzieła przyczyniło się do włączenia go do kanonu obrazów przedstawiających madonny. Wartość kulturową konstytuuje również podobieństwo kompozycyjne do „Madonny Benois” Leonarda da Vinci, czego rezultatem było kupno obrazu od prywatnego kolekcjonera przez National Gallery w Londynie za 22 mln funtów. Odmienna jest z kolei historia obrazu „Mężczyzna w złotym hełmie” początkowo przypisanego autorstwu Rembrandta. W tym przypadku atrybucja autorstwa dzieła innemu artyście wywołała odwrotny efekt – mimo wciąż utrzymującej się popularności obrazu postrzeganego wcześniej jako owoc pracy holenderskiego mistrza, nastąpił spadek jego kulturowej rangi, a w konsekwencji – jego potencjalnej ceny rynkowej. Tym samym, wartości właściwe dziełu uległy zmianie, chociaż fizycznie obraz pozostał taki sam (Hutter i Frey, 2010). Podejście, w którym to wartość kulturowa wpływa na wartość ekonomiczną reprezentowali także Angelini i Castellani (2019). Autorzy zbudowali model zależności pomiędzy aspektami wpływającymi na wartość dóbr kultury. Poza kwestiami związanymi z wartością kulturową i ekonomiczną, włączyli do modelu czynniki związane z artystą, takie jak jego talent czy popularność. Ich zdaniem, na wartość ekonomiczną oddziałuje wartość kulturowa oraz sława twórcy. Prezentowane stanowisko

akcentuje dynamikę procesu tworzenia wartości. Sfery wartości są niezależne, chociaż istnieje między nimi zależność. Bonus i Ronte (1997) z kolei nie odnieśli się do pojęcia wartości kulturowej, ale wskazali, że wartość ekonomiczna dóbr kultury uzgadniana jest w toku ocen dokonywanych przez ekspertów na podstawie posiadanej przez nich wiedzy kulturowej. Autorzy przedstawili tym samym sytuację zależności wartości ekonomicznej od wartości kulturowej.

Inaczej zależność pomiędzy wartością kulturową a ekonomiczną postrzegał McCain (2006). W tworzeniu wartości ekonomicznej autor akcentował znaczenie preferencji. Uważał, że obiekt może posiadać jednocześnie wartość kulturową i tym samym wyrażać dziedzictwo kulturowe, ale także wartość ekonomiczną w sytuacji, gdy ktoś jest gotów za niego zapłacić. Dobra kultury mogą istnieć samoistnie jako symbole kulturowe. Związek między wartością kulturową a ekonomiczną oznacza tyle tylko, że odbiorca preferuje przedmioty, które ją posiadają od tych, które jej nie mają.

Odmienne od wyżej przedstawionych stanowisko prezentował Grampp (1989), którego zdaniem cena jest najlepszym wskaźnikiem wartości artystycznej dzieła. Dzieła sztuki są dobrami ekonomicznymi, których wartość jest mierzona przez rynek. Jednocześnie, zarówno sprzedający jak i kupujący starają się osiągnąć maksymalne korzyści z przeprowadzanych transakcji. Podejście to zakłada, że wartość estetyczna dzieła zawiera się w jego wartości ekonomicznej, która natomiast stanowi wyraz wszystkich wartości obiektu. Wartość ekonomiczna jest tym samym szerszą kategorią, nadrzędną względem jego estetycznej formy (Grampp, 1989). Grampp był zwolennikiem teorii sztuki zgodnie z podejściem „nic innego”. Twierdził, że sztuka jest *niczym innym*, jak tylko sektorem biznesowym podobnym do innych, rządzonym przez prawo ceny (Horowitz, 2011).

Związek wartości ekonomicznej i kulturowej stanowił przedmiot ożywionej naukowej dyskusji na gruncie wielu dziedzin. Część podejść akcentowało rozłączność estetycznych, artystycznych czy kulturowych walorów dzieła od jego ekonomicznej wartości, obserwując jednocześnie zależności pomiędzy obiema sferami – takie stanowisko prezentowali m.in. Throsby i Zednik (2014). Zaobserwować można także sytuacje, gdy jedna ze sfer wartości wpływa na tę drugą. Przykładowo, Huttey i Frey (2010) czy Angelini i Castellani (2019) wskazali, że wartość kulturowa wpływa na wartość ekonomiczną. Ruccio i in. (1996) z kolei zwrócili uwagę na sytuacje, gdy wartość ekonomiczna obniża wartość estetyczną. Stanowisko, zgodnie z którym dzieła sztuki najlepiej określa wartość ekonomiczna, w ramach której mieści się

m.in. wartość estetyczna prezentował Grampp (1989). Podejście przyjęte w niniejszej pracy skupia się na wartości dzieł sztuki w sensie ekonomicznym. Świadomość zależności pomiędzy aspektami wpływającymi na ceny dzieł, czerpiącymi z ich estetycznego lub kulturowego znaczenia, jest jednak niezbędna do wnikliwej analizy problemów rynku sztuki.

2. Czynniki wpływające na kształtowanie się cen dzieł sztuki

Wycena dzieła sztuki odbywa się w toku procesu, który łączy szereg aspektów obejmujących profesjonalną weryfikację obiektu wewnątrz systemu sztuki, monetyzację rynku w postaci równowagi między wartością i ceną, indywidualną waloryzację poprzez przyjemność estetyczną i krytyczną ocenę dzieła jako depozytu wartości kulturowej (Vojvodić Balaž, 2019).

Kwestia determinant cen dzieł sztuki została podjęta po raz pierwszy przez Bodina, Mandeville'a i Galianiego. Ogólny wniosek płynący z ich rozważań wskazywał, że ceny dóbr luksusowych były nieadekwatne w porównaniu z cenami dóbr podstawowych, generujących większość produktu krajowego i wycenianych stosownie do kosztów. Wartość tych dóbr luksusowych była tworzona społecznie jako wynik popytu. Zdaniem Bodina, przedmioty luksusowe zdobywały swoją wysoką wartość przede wszystkim dzięki poparciu króla. Mandeville z kolei wskazał na cztery główne aspekty kształtujące ceny dzieł sztuki, do których należy sława artysty, reputacja właścicieli, rzadkość dzieł sztuki oraz wierność naturze (Goodwin, 2006). Mandeville wspomina również czas, w którym dzieło sztuki znajdowało się w posiadaniu rodzin z wysokich warstw społecznych (Mandeville, 1989). Obserwacje Galianiego dotyczyły wyjątkowych obiektów, dla których nie ma substytutów i które są niepowtarzalne. Nie jest tak, że cena tych unikatowych przedmiotów jest nieskończona lub niemożliwa do określenia. Przeciwnie – każde ludzkie dobro może mieć swoją cenę. Ponadto Galiani dowodził występowania mód, które odnoszą się do piękna (Goodwin, 2006).

Na ceny dzieł sztuki jako aktywów będących w obszarze zainteresowania inwestorów wpływają zarówno aspekty popytowe jak i podażowe (Mamarbachi, Day i Favato, 2008). Celem tej części pracy jest wskazanie na dowiedzione empirycznie aspekty determinujące ceny dzieł sztuki. Analizowane badania w przeważającej części skupiają się na malarstwie i na transakcjach przeprowadzonych na rynku wtórnym.

2.1. Czynniki związane z dziełem sztuki

Pierwsza wyszczególniona kategoria determinant cen dzieł sztuki jest związana z samym dziełem. W tej kategorii można wyróżnić przede wszystkim kwestie dotyczące fizycznych cech prac, jak również ich autentyczności. Zestawienie badań uwzględniających czynniki związane z fizycznymi właściwościami dzieła czy też jego wizualnymi cechami prezentuje tabela 1. Zestawienie publikacji dotyczące determinant cen dzieł sztuki opracowano głównie w oparciu o badania dotyczące dzieł malarskich. Większość z nich bazuje na modelach hedonicznych cen. Warto zwrócić uwagę, że przedstawiony katalog analizowanych badań nie jest w pełni wyczerpujący. Tabela nie uwzględnia części publikacji, w przypadku których m.in. posługiwano się modelem hedonicznym, ale nie przedstawiono wyczerpująco wyników dotyczących istotności poszczególnych parametrów strukturalnych modelu. Pominięto również badania na bardzo podobnych próbach transakcji. Znakiem „+” oznaczono badania, w których zmienna była istotna w niemal wszystkich modelach lub we wszystkich wariantach zmiennej. Znak „-” wskazuje natomiast, że zmienna nie była istotnym czynnikiem w modelu. Z kolei oznaczenie „+/-” informuje, że tylko część wariantów zmiennej w badaniu było istotnych.

Do kluczowych aspektów kształtujących ceny dzieł sztuki związanych z jego fizycznymi właściwościami należą wymiary dzieła. Z jednej strony panuje przekonanie, że kolekcjonerzy preferują niewielkie obrazy, które mogłyby zostać powieszony na ścianach i które można by zatem łatwiej sprzedać. Z drugiej strony można spotkać się z oczekiwaniem, że to większe obrazy będą osiągały wyższe ceny (Czujack, 1997). Duże obrazy są bardziej widoczne, dzięki czemu mogą przysparzać prestiżu ich posiadaczom. Ponadto, artyści rzadziej wykonują bardzo duże dzieła m.in. z uwagi na czas, jaki trzeba poświęcić na ich stworzenie (Borowski, 2013).

Większość badań wskazuje, że wymiary dzieła sztuki wpływają pozytywnie na ceny dzieł sztuki. Taki wniosek uzyskano m.in. w badaniu Agnella (2002), Agnella i Pierce (1996), Demira, Gozgora i Sariego (2018), Ekelunda, Jacksona i Tollisona (2017), Fedderke i Li (2020), Fricka i Knebel (2014), Kompy i Witkowskiej (2014), Kräussla i Elslanda (2008), Maddisona i Pedersena (2008), Sećkina i Atukerena (2011) czy też Shi, Conroya, Wanga i Danga (2018). Wyniki niektórych badań tylko częściowo potwierdzają tę obserwację (de la Barre, Docclo i Ginsburgh, 1994; Witkowska i Lucińska, 2015). Przykładowo, w badaniu Ginsburgha, Radermecker i Tommasiego (2019) tylko wysokość okazała się być istotną zmienną z punktu widzenia cen dzieł sztuki (obrazów Petera Bruegela Młodsze). Natomiast w hedonicznym modelu cen aborygeńskich twórców, ceny dzieł sztuki wzrastały istotnie wraz ze zwiększeniem

ich długości, natomiast sama w sobie powierzchnia nie oddziaływała istotnie na ceny (Taylor i Coleman, 2011). Zbliżone rezultaty uzyskano również w badaniu Hodgsona i Vorkinka (2004), gdzie wysokość oddziaływała na ceny prac pozytywnie przy marginalnym znaczeniu szerokości i powierzchni. Wniosek ten można uzasadnić niedoborem na rynku kompozycji w układzie pionowym, który wynika m.in. z obecności dużej liczby pejzaży w formacie poziomym. Z kolei w przypadku próby obrazów niemieckich twórców zaobserwowano pozytywny efekt szerokości obrazu natomiast negatywny – jego powierzchni (Kräussl i Schellart, 2007). Podobny wniosek można wysnuć z badania Rennebooga i Van Houtte (2002), gdzie wysokość i szerokość w większości analizowanych przypadków okazały się pozytywnie oddziaływać na ceny dzieł sztuki, natomiast powierzchnia – negatywnie. Z kolei badanie Higgs i Worthingtona (2005) nie potwierdziło zależności wymiarów z cenami.

Tabela 1. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane z wizualnymi charakterystykami dzieła

Publikacja	Wymiary/powierzchnia	Kwadrat wymiarów	Technika	Podłoże	Tematyka	Kształt	Numerowanie	Styl w sztuce
de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994)	+/-			+				
Buelens i Ginsburgh (1993)								+
Agnello i Pierce (1996)	+	+	+					
Czujack (1997)	+	+	+	+				
Agnello (2002)	+	+	+					
Renneboog i Van Houtte (2002)	+/-							+
Hodgson i Vorkink (2004)	+/-		+	+				
Higgs i Worthington (2005)	-	+	+					
Locatelli-Biey i Zanola (2005)	+		+					
Figini i Onofri (2006)			+	+	+			
Kräussl i Schellart (2007)	+		+	+				
Kräussl i van Elsland (2008)	+		+	+				
Maddison i Pedersen (2008)	+	+						
Onofri (2009)			+	+	+/-			
Campos i Barbosa (2009)	+		+/-		+/-			
Ursprung i Wiermann (2011)	+	+	+					+/-

Scorcu i Zanola (2011)	+	+	+-		
Seçkin i Atukeren (2011)	+	+	+-	+-	+-
Renneboog i Spaenjers (2011)	+	+	+		+
Taylor i Coleman (2011)	+-		+		
Higgs (2012)	+	+	+		
Renneboog i Spaenjers (2013)	+	+	+		+
Kompa i Witkowska (2014)	+	+	+-		
Frick i Knebel (2014)	+	+	+		
Etro i Stepanova (2015)	+			+	+-
Witkowska i Lucińska (2015)	+-	+	+-		
Ekelund, Jackson i Tollison (2017)	+	+	+		
Oosterlinck (2017)	+	+			+
Shi, Conroy, Wang i Dang (2018)	+				
Demir, Gozgor i Sari (2018)	+	+	+	+-	
Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019)	+	+	-	+-	
Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019)	+-			+-	+
Garay (2019)	+	+	+		+-
Fedderke i Li (2020)	+	+	+-	+-	+-

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Aspektem brany pod uwagę w kontekście kształtowania się cen dzieł sztuki jest również kwadrat wymiarów dzieła sztuki, który służy ocenie czy ceny prac zmieniają się w malejącym, czy rosnącym tempie wraz ze wzrostem wymiarów (Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez, 2019). W większości badań współczynnik regresji przyjmuje wartości ujemne, świadcząc o zmniejszającym się tempie wzrostu cen wraz ze zwiększającą się powierzchnią dzieł sztuki. Taki rezultat uzyskano m.in. w badaniu Agnella i Pierce (1996), Demira i in. (2018), Ekelunda i in. (2017), Fedderke i Li (2020), Higgs (2012), Higgs i Worthingtona (2005), Maddisona i Pedersena (2008), Rennebooga i Spaenjersa (2013), Scorcu i Zanoli (2011), Seçkina i Atukerena (2011) czy Ursprungu i Wiermanna (2011). Tym samym, po przekroczeniu pewnego krytycznego poziomu, jeśli chodzi o wymiary, ceny dzieł sztuki zaczynają spadać. To zdaje się potwierdzać założenie, że poziom ten może zależeć od wielkości ścian w domach kolekcjonerów. Obrazy o bardzo dużej powierzchni są bowiem z reguły nabywane przez muzea, które zgłaszają na nie ograniczone zapotrzebowanie (Ursprung i Wiermann, 2011). Odmienne wyniki uzyskano w badaniu Witkowskiej i Lucińskiej (2015) oraz Kompy i Witkowskiej (2014), gdzie kwadrat powierzchni uwzględniony w trzech modelach hedonicznych okazał się istotną zmienną oddziałującą pozytywnie na kształtowanie się cen dzieł sztuki.

Autorzy starali się ponadto oszacować, jaki jest optymalny rozmiar dzieła z punktu widzenia ceny. W większości przypadków wyniki były dosyć zbliżone i oscylowały w przedziale 5 – 7 metrów kwadratowych. Przykładowo, maksymalizująca cenę powierzchnia dzieła sztuki to $6,53 m^2$ w badaniu Agnella i Pierce (1996), $6,70 m^2$ w badaniu Higgs i Worthingtona (2005) czy $5,25 m^2$ w badaniu Higgs (2012).

Konkludując, można stwierdzić, że cena jest właściwie wklęsłą funkcją wymiarów dzieła sztuki. Uzyskiwane w modelach regresji wyniki wskazują, że cena wzrasta wraz ze zwiększaniem powierzchni, natomiast marginalny wzrost ceny maleje, o czym świadczy ujemna wartość kwadratu powierzchni (Czujack, 1997). Wymiary dzieła były najczęściej uwzględnianym czynnikiem wpływającym na ceny dzieł sztuki. Spośród 34 analizowanych publikacji, zmienna ta była uwzględniona w aż 31 tekstach i niemal we wszystkich okazała się zmienną istotną.

Z punktu widzenia kształtowania się cen dzieł sztuki należy zwrócić uwagę na kwestię tematyki pracy (gatunku malarskiego). Zagadnienie to podejmowano w 10 analizowanych publikacjach. Anderson (1974) zauważył, że dzieła sztuki przedstawiające drastyczne sceny takie jak biczowanie, ukrzyżowanie czy masakry rzadko są kupowane z myślą o wystawianiu ich w domach kolekcjonerów. Badając znaczenie tematyki obrazu, porównywano prace przedstawiające m.in. krajobrazy, zwierzęta, ludzi, akty, portrety, motywy religijne, martwą naturę czy urbanistykę. Autorzy przyjmowali różną metodologię w określaniu gatunku na potrzeby analiz. Jeden ze sposobów polegał m.in. na kategoryzowaniu dzieł na podstawie słów w tytułach (Oosterlinck, 2017; Renneboog i Spaenjers, 2011, 2013). Dodatkowo autorzy porównywali tytuły z rzeczywistą treścią obrazów (Oosterlinck, 2017). Dowiedziono, że tematyka pracy należy do istotnych determinant cen dzieł sztuki w badaniu przeprowadzonym m.in. przez Ginsburgha i in. (2019), Oosterlinck (2017) czy Rennebooga i Spaenjersa (2013). Badanie Garaya (2019) wskazuje, że w porównaniu z pracami o tematyce zwierzęcej, wyraźnie wyższe ceny odnotowywały dzieła abstrakcyjne, autoportrety czy też obrazy przedstawiające obiekty. W przypadku badania Camposa i Barbosy (2009) przeprowadzonego na próbie dzieł latynoamerykańskich artystów martwa natura osiągała istotnie wyższe ceny. Znaczna część wariantów, jeśli chodzi o tematykę obrazu, okazała się być istotnym czynnikiem dla cen dzieł sztuki w badaniu Fedderke i Li (2020). W porównaniu z dziełami o określonej tematyce, niższe ceny odnotowywały prace bez tytułu (Renneboog i Spaenjers, 2011).

Do fizycznych właściwości dzieła sztuki należy zaliczyć technikę jego wykonania. Wśród najczęstszych technik malarskich wyróżnia się malarstwo olejne, akrylowe, kredkę, akwarełę, gwasz, pastel, temperę czy węgiel drzewny. W 26 spośród 34 analizowanych badań sprawdzano, jak kształtują się ceny prac wytworzonych za pomocą różnych technik.

Autorzy uzasadniali, że technika olejna jest droższa i wymaga większego warsztatu malarskiego, by ją opanować, co znajduje swoje odzwierciedlenie w cenach dzieł sztuki powstałych z użyciem tej techniki (Cinefra i in., 2019). Dodatkowo, wyższe ceny prac olejnych tłumaczy się większą trwałością i odpornością na blaknięcie w naturalnym świetle (Higgs i Worthington, 2005). Założenia te zostały potwierdzone m.in. w badaniu Czujack (1997), gdzie olejne obrazy Picassa odnotowywały istotnie wyższe ceny od kolaży czy prac techniką mieszaną. W odniesieniu do prac niemieckich artystów, olejne obrazy były sprzedawane z premią wynoszącą 17,3% w porównaniu z dziełami sztuki przygotowanymi inną techniką (Kräussl i Schellart, 2007). Prace olejne osiągały wyższe ceny od dzieł sztuki przygotowanych inną techniką także w badaniu Camposa i Barbosy (2009), Ekelunda i in. (2017), Fricka i Knebel (2014), Rennebooga i Van Houtte (2002) oraz Rennebooga i Spaenjersa (2013). Podobne wnioski płyną z badania Demira i in. (2018), Garaya (2019) oraz Higgs (2012), gdzie najwyższy wzrost cen osiągały prace olejne i akrylowe – w przypadku badania Higgs (2012) wzrosty cen wynosiły kolejno 6,48% i 3,03%. W badaniu Higgs i Worthingtona (2005) natomiast zależność pomiędzy tymi technikami była odwrotna, przy czym prace akrylowe miały tylko nieznacznie większy wpływ na cenę od prac olejnych. Technika stanowiła istotną determinantę cen również w badaniu Agnella (2002), Agnella i Pierce (1996), Onofri (2009)² oraz Taylora i Colemana (2011). Z kolei w badaniu Camposa i Barbosy (2009), Fedderke i Li (2020), Kompy i Witkowskiej (2014) oraz Witkowskiej i Lucińskiej (2015) tylko niektóre z technik wykazywały się istotnym wpływem na ceny licytowanych prac w stosunku do techniki referencyjnej. Technika okazała się jednak nie być istotnym czynnikiem w badaniu Cinefry i in. (2019), co może wynikać z faktu, że 96% dzieł w próbie były to prace olejne. Ponadto dowiedziono, że z punktu widzenia uzyskiwanych cen nie ma znaczenia czy twórca używał w swojej twórczości jednej czy wielu technik (Rengers i Velthuis, 2002).

Wśród czynników wpływających na ceny, jakie dzieła osiągają na licytacjach, należy wyróżnić również podłoże. W licznych badaniach analizowano ceny prac przygotowanych na

² Właściwie to determinantę różnicy pomiędzy ceną młotkową a średnią szacowaną ceną przed aukcją.

płótnie, desce, czy na papierze – zmienna ta jednak pojawiała się w modelach cen rzadziej od techniki (w 12 z 34 analizowanych publikacji). Ceny prac na płótnie są wyższe od cen prac na innych podłożach. Takich wniosków dostarczyło m.in. badanie Demira i in. (2018), gdzie płótno okazało się być najlepiej wycenianym materiałem. Porównując płótno z papierem może to wynikać z większej trwałości materiału wraz z upływem czasu (Cinefra i in., 2019). Płótno jest również droższym surowcem od pozostałych (Czujack, 1997). Empiryczne dowody świadczące o istotnej roli podłoża w kształtowaniu się cen sztuki i jednocześnie wskazujące na płótno jako czynnik pozytywnie oddziałujący na ich wysokość można znaleźć w badaniu m.in. Czujack (1997). Podłoże było istotną zmienną również w badaniu de la Barre i in. (1994), Etro i Stepanovej (2015) czy Onofri (2009). W badaniach dostarczających odmiennych wniosków, rodzajem podłoża, z którym wiązał się wzrost cen była tektura (premia w wysokości 25,5% w porównaniu z innym typem podłoża) (Kräussl i Schellart, 2007).

Podsumowując większość badań dotyczących techniki i podłoża, najwyżej wyceniane są prace olejne na płótnie. Zależność tę potwierdzają także wyniki badań Seçkina i Atukerena (2011), gdzie wyższe ceny osiągały wyłącznie prace na płótnie techniką olejną w porównaniu z zastosowaniem płótna i innych technik. Zależność tę argumentuje się zwykle bardziej precyzyjnym i starannym wykończeniem prac w porównaniu z dziełami olejnymi na innych rodzajach podłoża (na desce lub panelu), które to często są jedynie szkicami (Hodgson i Vorkink, 2004).

Sprawdzano ponadto, jakie jest znaczenie dla cen numerowania dzieła. Zakładano, że numerowanie świadczy o braku unikalności dzieła i sugeruje, że jest ono jednym z wielu. To założenie potwierdziło się m.in. w badaniu Fedderke i Li (2020), gdzie numerowane dzieła osiągały o 12-14% niższe ceny od prac nienumerowanych. W modelach szacowania cen dzieł sztuki rozpatrywano również kwestie kształtu dzieła. W tym zakresie niejednoznaczne wyniki przedstawia badanie Etro i Stepanovej (2015). W przypadku modelu, w którym ta zmienna była istotna dowiedziono, że okrągłe i owalne prace wiążą się ze spadkiem ceny.

Styl w sztuce jest kolejną zmienną z grupy czynników związanych z dziełem, które mogą wpływać na ceny prac na rynku aukcyjnym. Autorzy dokonywali operacjonalizacji zmiennej m.in. na podstawie dekady, w jakiej powstało dzieło. Taka procedura służy określeniu gustów kolekcjonerów w określonych epokach i stylach, a nie wyłącznie wyznaczeniu wieku dzieła. W przypadku większości wyróżnionych stylów (dekad) obserwowano istotny wpływ na ceny dzieł sztuki (Ursprung i Wiermann, 2011). W innych badaniach dzieła sztuki klasyfikowano według

poszczególnych nurtów. Wśród nich można wymienić m.in. abstrakcjonizm, impresjonizm, realizm, luminizm, symbolizm, fowizm, surrealizm, futurizm czy konstruktywizm. Przeważająca liczba nurtów sprawdzanych osobno dla prac olejnych, akwareli i wszystkich dzieł w próbie, okazała się znacząca dla cen w odniesieniu do kategorii „pozostałe” (Renneboog i Van Houtte, 2002). Obserwowalną cechą dzieła, która może mieć znaczenie dla jego ceny jest również poziom zachowania pracy – można spodziewać się, że istotne w tym kontekście będzie to, czy dzieło nie jest wyblakłe, pęknięte czy w inny sposób naruszona jest jego struktura (Anderson, 1974).

Poza widocznymi dla odbiorcy cechami dzieła, które mogą mieć znaczenie dla poziomu cen należy wskazać także na czynniki, które nie są bezpośrednio obserwowalne. W grupie czynników niezwiązanych z wizualnymi cechami dzieła, ale istotnych dla autentyczności przedmiotu jest atrybucja, czyli stopień, w jakim autorstwo dzieła sztuki może zostać przypisane określoneemu twórcy. Nie wszyscy artyści bowiem bezpośrednio wiązali prace ze swoim nazwiskiem. Istnieje również ryzyko, że obrazy mogłyby zostać sfalszowane (Kräussl i Elsland, 2008).

Atrybucja może być powiązana ze zmienną związaną z ekspertyzą, gdyż przypisanie autorstwa następuje wskutek opinii eksperckich (Ginsburgh i in., 2019). Do modeli hedonicznych włączano zmienną zero-jedynkową wskazującą na bezpośrednie przypisanie autorstwa dzieła danemu twórcy. Wyniki wskazują, że gwarancja autentyczności, gdy nie ma żadnych wątpliwości odnośnie autorstwa danej pracy istotnie oddziałuje na ceny dzieł sztuki (Onofri, 2009). Przeciwny rezultat uzyskano w badaniu Cinefry i in. (2019), gdzie zmienna *certifikat autentyczności* potwierdzająca autorstwo dzieła przez eksperta okazała się być czynnikiem nieistotnym dla cen obrazów. Badacze tłumaczyli ten wynik faktem, że próba dzieł w badaniu obejmowała wyłącznie prace Joana Miró, które licytowane były w najlepszych domach aukcyjnych – Christie’s i Sotheby’s. To sprawiło, że prace mogą być z założenia uznane za wysokiej jakości (Cinefra i in., 2019). Certyfikat autentyczności okazał się nie być znaczącym dla ceny również w badaniu Ginsburgha i in. (2019).

Czynnikiem wpływającym na ceny dzieł sztuki może być również opinia określonego eksperta. Bardzo szczegółowe badanie na ten temat przeprowadził Ginsburgh i in. (2019). Autorzy skupili się na uznanym niemieckim historyku sztuki i ekspercie – Klausie Ertzu – który jest specjalistą m.in. od twórczości Pietera Bruegela Młodsze. Ertz pełnił funkcję kuratora wystawy poświęconej sztuce artysty i opublikował *catalogue raisonné* jego dzieł, różniąc

obrazy, których autorstwo przypisuje się Pieterowi Bruegelowi Młodszemu od tych które np. powstały w jego atelier. Badanie dowiodło, że ekspertyza wpływa pozytywnie na ceny dzieł sztuki – w przypadku sygnowanych prac potwierdzonych przez Ertza, ceny były wyższe o 60% od prac niepotwierdzonych (Ginsburgh i in., 2019). Anderson (1974) zwrócił jednak uwagę na zagrożenie związane z poleganiem na opiniach znawców – mogą zdarzyć się sytuacje, w których eksperci niechętnie dzielą się wątpliwościami dotyczącymi atrybucji czy wydają certyfikacje dla korzyści finansowych. Do grupy zmiennych związanych z autentycznością można zaliczyć również to czy dzieło było przedmiotem badań naukowych. Jakkolwiek, nieliczne badania wskazują, że jest to zmienna nieistotna dla cen dzieł sztuki (Ginsburgh i in., 2019).

Kwestię atrybucji dzieła należy rozpatrywać z perspektywy historycznej – prace wielu znanych artystów pozostają bowiem niepodpisane. Podczas gdy niderlandzcy malarze tworzący w XVII wieku mieli zwyczaj sygnować powstałe prace, tak wśród włoskich twórców ta praktyka nie była powszechna. Właściwe przypisanie atrybucji staje się zadaniem tym trudniejszym, że wielu mistrzów w pracowniach korzystało ze wsparcia asystentów, którzy m.in. zajmowali się wstępnym przygotowaniem płótna (Anderson, 1974). O autentyczności dzieła może świadczyć tym samym obecność sygnatury oraz daty. Potwierdzenie autorstwa wydaje się więc być bardziej istotne w przypadku prac mniej znanych, niżej wycenianych i licytowanych w mniejszych domach aukcyjnych (Cinefra i in., 2019).

Znaczenie stopnia atrybucji każdego przedmiotu jest na tyle istotne, że można wręcz mówić o dwóch osobnych strukturach cenowych w przypadku prac o jednoznacznym autorstwie oraz tych, w przypadku których stopień jego przypisania jest niepewny. Wyróżnia się kilka poziomów atrybucji, w przypadku obiektów, którym autorstwo nie jest bezpośrednio przypisane. Dzieło sztuki może być kopia (*copy*), może być namalowane jako „po” artyście (*after*). Innymi aspektami, które mogą mieć znaczenie jest krąg artysty, sposób malowania, szkoła czy pracownia (Figini i Onofri, 2006). Określenie dzieła jako „przypisanego” gwarantuje, że pochodzi ono z okresu właściwego artyście i świadczy o jego autorstwie w całości lub części. Jeśli dzieło powstało w „szkole” (*school*) artysty oznacza to, że jest to praca jego ucznia lub naśladowcy. Takie określenie może być stosowane do prac powstałych nawet do 50 lat po śmierci mistrza, o ile tylko odnosi się do prac powstałych pod jego wpływem. Praca określona jako pochodząca z pracowni lub warsztatu mistrza powstała prawdopodobnie pod jego

kierunkiem. Z kolei styl czy malarstwo „na sposób” (*manner*) nie stanowią potwierdzenia tożsamości artysty, ani też daty czy szkoły (Sagot-Duvaurox, 2011).

Badania wskazują, że kwestia autorstwa jest istotną determinantą cen dzieł sztuki. W przeważającej części, zmienne określające niepewny stopień atrybucji oddziaływały na ceny negatywnie (Figini i Onofri, 2006; Oosterlinck, 2017; Renneboog i Spaenjers, 2011, 2013). Etro i Stepanova (2015) odnosili różne stopnie atrybucji do dzieł nieznanymi autorów – kopie odnotowywały niższe ceny, przy czym prace o niepewnym autorstwie czy należące do określonej szkoły – wyższe.

Aspektami związanymi z autentycznością dzieła, które były powszechnie analizowane w badaniach cen dzieł sztuki są datowanie i sygnatura. Sygnaturę włączono do modeli cen w 65% analizowanych badań, datowanie natomiast pojawiło się w 7 publikacjach. Czynniki te wskazano w tabeli 2 razem z innymi charakterystykami prac, które nie dotyczą wizualnych cech dzieł (w tej grupie determinant cen najczęściej aspektów dotyczy autentyczności dzieła). Chociaż sygnatura i datowanie mogą być uznane za fizyczne właściwości dzieł i wskazane w tabeli 1, ich funkcja jest szczególnie istotna dla potwierdzenia, że praca jest rzeczywiście prawdziwa. Szczególne znaczenie ma to dla mniej znanych prac, w przypadku których fakt, że obraz jest podpisany przez artystę potwierdza jego autentyczność. Badacze zakładali, że znajdzie to również odzwierciedlenie w cenach dzieł (Garay, 2019). Warto przedstawić również inne stanowisko, zgodnie z którym sygnatura nie stanowi gwarancji autentyczności dzieła – w przypadku największych domów aukcyjnych oryginalność jest sprawdzana przez ekspertów zanim dzieło zostanie wystawione na sprzedaż (Czujack, 1997). Wyniki badań w tym zakresie nie są jednoznaczne. Dowodów na istotny i pozytywny wpływ sygnatury dostarczyło m.in. badanie Agnella (2002), Agnella i Pierce (1996), Ekelunda i in. (2017), Fricka i Knebela (2014), Ginsburgha i in. (2019), Maddisona i Pedersena (2008), Oosterlinck (2017), Rennebooga i Van Houtte (2002), Rennebooga i Spaenjersa (2011, 2013), Ursprunga i Wiermanna (2011) czy Witkowskiej i Lucińskiej (2015). Niepodpisane prace uzyskiwały niższe ceny także w badaniu Kräussla i Elslanda (2008), gdzie model hedoniczny zawierał zmienną „niepodpisany” (*unsigned*). Przykładowo, rezultaty badania Rennebooga i Spaenjersa (2011) wskazały, że w przypadku dzieł sygnowanych wzrost wartości dzieł wynosił 20%, natomiast w badaniu Ekelunda i in. (2017) – 51%. W części badań uzyskano odmienne wyniki – sygnatura okazała się nie mieć znaczenia z punktu widzenia cen (Cinefra i in., 2019; Czujack, 1997; Garay, 2019; Shi i in., 2018). W przypadku badania Cinefry i in. (2019) uzyskanie tych wyników mogło

wynikać ze struktury próby – aż 95% prac posiadało sygnaturę, co mogło utrudniać określenie wpływu tej zmiennej na ceny obrazów. W przypadku badania Shi i in. (2018) natomiast mogło to mieć źródło w panującej wśród chińskich twórców tradycji stemplowania obrazów. Na brak istotności sygnatury z punktu widzenia cen wskazały również badania Kompy i Witkowskiej (2014) (większość modeli) przeprowadzone dla polskiego rynku aukcyjnego. Niejednoznaczne wyniki z kolei uzyskano m.in. w badaniu Etro i Stepanovej (2015). Campos i Barbosa (2009) w badaniu cen sztuki latynoamerykańskiej dowiedli natomiast, że prace opatrzone sygnaturą uzyskiwały niższe ceny. Autorzy tłumaczyli te sprzeczne z większością badań wyniki tym, że próba w 90% składała się z podpisanych dzieł sztuki, co pozostawiało niewielki zakres wariacji do wyjaśnienia. Dodatkowo, dużą część próby stanowili autorzy żyjący, w przypadku których łatwiej potwierdzić atrybucję dzieł. Podkreślono również, że próbę stanowiły prace licytowane wyłącznie w Sotheby's, co samo w sobie gwarantuje autentyczność prac. Sprzedaż niesygnowanych prac wiązała się z premią wynoszącą 17% w porównaniu z dziełami opatrzonymi sygnaturą w badaniu Fedderke i Li (2020). Prace sygnowane uzyskiwały jednak średnio wyższe ceny. Efekt ten wyjaśniono wyższą zmiennością cen w przypadku dzieł zawierających sygnaturę. Wskazano również, że ceny prac mniej popularnych artystów mogą być w dużej mierze wyjaśniane przez występowanie sygnatury. W przypadku twórców o ugruntowanej pozycji, brak sygnatury nie wyklucza rzetelnego wyjaśnienia proveniencji w oparciu o inne źródła.

Sprawdzano również czy miejsce, w którym znajduje się sygnatura może być znaczące z punktu widzenia cen uzyskiwanych przez prace (z przodu, z tyłu, po obu stronach lub na krawędzi dzieła). Okazało się, że zmienna ta nie jest istotna (Cinefra i in., 2019).

Szukając aspektów wpływających na cenę weryfikowano, jaka jest rola datowania obrazu, które traktowane jest jako wskaźnik jego autentyczności. Liczne badania dowiodły, że czynnik ten pozytywnie oddziałuje na ceny sprzedawanych na aukcjach dzieł sztuki. Taki wniosek płynie m.in. z badania Agnella (2002), Agnella i Pierce (1996), Garaya (2019), Oosterlinck (2017) oraz Rennebooga i Spaenjersa (2013). Przykładowo, w badaniu Garaya (2019) dowiedziono, że datowane obrazy uzyskiwały o 23,29% wyższe ceny od tych niedatowanych. Podobne wyniki uzyskano w badaniu Fedderke i Li (2020), gdzie premię związaną z obecnością datowania na pracy oszacowano na 21-26%. Renneboog i Spaenjers (2011) natomiast wskazali na nieco mniejszą różnicę cen pomiędzy datowanymi i niedatowanymi dziełami – wartość prac opatrzonych datą była średnio (*ceteris paribus*) o 10% wyższa. Datowanie okazało się nie mieć

wpływu na ceny prac w badaniu Cinefry i in. (2019). Może to wynikać z faktu, że w próbie obrazów Miró, w oparciu o które przeprowadzono analizy, aż 97% obrazów było datowanych. Datowanie nie było istotną zmienną również dla cen dzieł sztuki autorstwa Petera Bruegela Młodsze (Ginsburgh i in., 2019).

Podobnie jak w przypadku sygnatury, Cinefra i in. (2019) sprawdzali również, jaką rolę w kształtowaniu cen odgrywa to, gdzie zlokalizowane jest datowanie obrazu (przód, tył, obie strony dzieła lub jego krawędź). Czynniki te pozostawały jednak bez wpływu na ceny.

W badaniu Oosterlinck (2017) jako wskaźnik autentyczności przyjęto pieczęć pracowni artysty. W przypadku dzieł posiadających pieczęć pracowni artysty wykazano pozytywny wpływ na uzyskiwane ceny (Oosterlinck, 2017). Pieczęć artysty okazała się istotnie i pozytywnie wpływać na ceny w badaniu Shi i in. (2018) przeprowadzonym na próbie dzieł sztuki chińskich artystów. Warto jednocześnie zauważyć, że opatrzenie prac pieczęcią jest uznanym przez chińskich twórców sposobem na potwierdzenie ich autentyczności. W tym samym badaniu obecność sygnatury okazała się dla cen nieistotna.

O znaczeniu dzieła sztuki może świadczyć jego obecność w *catalogue raisonné* lub w zbiorczym spisie prac różnych artystów. Stanowi to jednocześnie potwierdzenie autentyczności dzieła. W przypadku prac Picassa umieszczenie w *catalogue raisonné* wiązało się z wzrostem cen prac o 17% (Czujack, 1997). Pozytywny efekt włączenia dzieła do *catalogue raisonné* zaobserwował również Campos i Barbosa (2009). W badaniu Cinefry i in. (2019) zmienna ta okazała się nie być istotną dla cen obrazów Joana Miró.

Przedmiotem analizy było także sprawdzenie czy istotnym czynnikiem kształtującym ceny dzieł sztuki może być to, ile razy praca została wspomniana w literaturze z obszaru sztuki lub w katalogach. Niektóre dzieła sztuki znajdują szczególne miejsce w historii sztuki z uwagi na znaczenie dla późniejszego rozwoju danego kierunku (Anderson, 1974). Liczba odniesień w literaturze okazała się mieć dla cen dzieł sztuki istotne znaczenie, oddziałując na nie pozytywnie na co wskazały m.in. badania Cinefry i in. (2019), Figini i Onofri (2006), Ginsburgh i in. (2019). Hipotezę częściowo potwierdziły badania Onofri (2009). Campos i Barbosa (2009) sprawdzali, jaką rolę dla cen odgrywa informacja, że obraz był reprodukowany w znanej książce o sztuce. Uzyskane wyniki świadczą o istotnym, pozytywnym wpływie tej zmiennej. Fedderke i Li (2020) z kolei wskazali na pozytywny efekt (57%) dla cen uwzględnienia w katalogu aukcyjnym informacji o obecności dzieła w literaturze. Podobną zależność zaobserwowano w przypadku umieszczenia w katalogu informacji o występowaniu

w literaturze ilustracji dzieła (69% premii w stosunku do dzieł, w przypadku których katalog nie zawiera tego typu informacji).

Tabela 2. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane z dziełem, które nie są związane z wizualnymi charakterystykami dzieła

Publikacja	Atrybucja (certyfikat)	Stopnie atrybucji	Sygnatura	Datowanie	Ekspertyza	Catalogue raisonné	Literatura	Pochodzenie (proweniencja)	Liczba wystaw	Przedmiot badań naukowych	Pieczęć	Rok utworzenia dzieła	Klasa
Buelens i Ginsburgh (1993)		+											
Agnello i Pierce (1996)			+	+									
Czujack (1997)			-			+		-	+				
Agnello (2002)			+	+									
Renneboog i Van Houtte (2002)			+										
Locatelli-Biey i Zanola (2005)			+										
Figini i Onofri (2006)		+					+						
Kräusl i van Elslan (2008)			+										
Onofri (2009)		+-					+-	+-	+-				
Campos i Barbosa (2009)			+			+	+	+-	+				
Seçkin i Atukeren (2011)			-									+	
Renneboog i Spaenjers (2011)		+	+	+									
Ursprung i Wiermann (2011)			+										
Renneboog i Spaenjers (2013)		+	+	+									
Frick i Knebel (2014)			+										
Kompa i Witkowska (2014)			-										+
Etro i Stepanova (2015)		+	+-										
Witkowska i Lucińska (2015)			+										
Ekelund, Jackson i Tollison (2017)			+										
Oosterlinck (2017)		+	+	+								+	
Shi, Conroy, Wang i Dang (2018)			-									+	
Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019)		-	-	-		-	+	-	-				
Garay (2019)			-										
Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019)		-	+	-	+		+	-	-	-			
Fedderke i Li (2020)			+				+		+				

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Warto zauważyć, że znaczenie zarówno odniesień w literaturze, jak i prezentacji dzieła na wystawie może odnosić się przede wszystkim do znanych i wpływowych publikacji czy wystaw. Można bowiem założyć, że znaczna część prac przed sprzedażą znalazła się w katalogu, książce czy artykule, a także na wystawie, jednak umieszczenie takiej informacji w katalogu aukcyjnym może być zarezerwowane wyłącznie dla najlepszych publikacji bądź wystaw (Campos i Barbosa, 2009). Zasadne wydaje się przypuszczenie, że premia związana z tymi aspektami jest właściwie efektem selekcji dzieł o najwyższej wartości artystycznej lub najbardziej znanych (Fedderke i Li, 2020). Nie da się jednak zaprzeczyć, że wpływ uwzględnienia w katalogu informacji o wystawach i odniesieniach w literaturze czy prezentowania w nim ilustracji dzieł jest wyraźny.

W dotychczasowych publikacjach sprawdzano również, jaką rolę w kształtowaniu cen na rynku aukcyjnym odgrywa proveniencja (pochodzenie) obrazu. Zakłada się, że nabywcy są skłonni zapłacić więcej za przedmioty o szczególnym pochodzeniu. Przykładem tego może być zakup broni kolekcjonerskiej – wyższych cen można spodziewać się w przypadku tej broni, która była używana podczas walk na wojnie. Gotowość potencjalnych nabywców do zapłaty określonych sum za dobra kulturowe czy artystyczne może zależeć od ich historii (McCain, 2006). Nabywane dzieła sztuki mogą pochodzić bowiem z prywatnej kolekcji, z instytucji publicznej (galerii lub muzeum) bądź bezpośrednio od artysty (Campos i Barbosa, 2009). Zakładano, że obrazy pochodzące od dealera mogą nie uzyskiwać takich cen, jak prace pochodzące ze zbiorów prywatnych, uznanych kolekcjonerów (Anderson, 1974). Autorzy w badaniach poruszali różne aspekty związane z historią dzieła sztuki przed sprzedażą. Czynniki ten operacjonalizowano jako liczbę właścicieli, jaką posiadało dzieło do momentu wystawienia go na aukcji (Cinefra i in., 2019) lub to czy pochodziło z prywatnej czy publicznej kolekcji (Onofri, 2009). Badając znaczenie proveniencji w kształtowaniu się cen dzieł sztuki, dokonywano klasyfikacji poprzednich właścicieli prac zgodnie z ich ważnością. Taki podział wprowadziła Czujack (1997), wyróżniając kolekcjonerów, którzy posiadali lub sprzedali tylko jedno dzieło Picassa, kolekcjonerów i galerie sprzedające większą liczbę dzieł artysty oraz członków rodziny.

Cinefra i in. (2019) dowiedli, że liczba poprzednich właścicieli nie ma istotnego wpływu na ceny prac. Pochodzenie nie oddziaływało na ceny również w badaniu Czujack (1997) i Ginsburgha i in. (2019). Z kolei informacja czy dzieło pochodziło z publicznej czy z prywatnej kolekcji była istotna tylko w jednym modelu w badaniu Onofri (2009). Campos i Barbosa (2009)

z kolei udowodnili, że dla wartości licytowanych prac znaczenie miało wyłącznie pochodzenie prac z publicznej instytucji (obserwowano pozytywny wpływ). Informacja, że dzieło przed sprzedażą znajdowało się w prywatnych zbiorach pozostało natomiast bez znaczenia. Ponadto, w zakresie czynnika związanego z pochodzeniem dzieł sztuki sprawdzano, czy na ceny prac może wpływać ich posiadanie przez konkretnego kolekcjonera. W odniesieniu do prac Picassa, analizie poddano niewielką grupę kolekcjonerów – efekt okazał się być istotny wyłącznie w dwóch przypadkach tj. Rosenberga i Dr Raedera (Czujack, 1997).

W wielu badaniach sprawdzano również czy znaczenie dla cen dzieł sztuki może mieć to, ile razy dzieło wystawiane było w galeriach, halach wystawowych czy muzeach. Badacze zakładali, że wraz z większą liczbą wystaw następował będzie wzrost cen dzieł sztuki. Z drugiej strony, wyższe ceny mogą być odnotowywane również przez atrakcyjne prace znajdujące się przez dłuższy czas poza obiegiem wystawowym (np. w prywatnej kolekcji). Wzrost cen może być poprzedzony wystawą objazdową zorganizowaną przed wystawieniem do sprzedaży (Czujack, 1997). O pozytywnym wpływie liczby wystaw na ceny prac świadczy m.in. wynik badania Czujack (1997). Badanie Camposa i Barbosy (2009) również dostarczyło dowodów na pozytywny efekt dla cen prezentacji dzieł na znaczących wystawach. Natomiast aspekt ten okazał się nieistotny m.in. w badaniu Cinefry i in. (2019) oraz Ginsburgha i in. (2019). Obecność na wystawach okazała się znaczącym dla cen czynnikiem oddziałującym na nie negatywnie w części modeli przedstawionych w badaniu Onofri (2009). Może to być efektem konstrukcji badania, w przypadku którego stworzenie modelu hedonicznego bazowało na procentowej różnicy między ceną młotkową a średnią ceną szacowaną przed aukcją. Autorzy zakładali, że dzieła starych mistrzów mogą być przedmiotem zainteresowania kolekcjonerów o wyrafinowanym guście poszukujących wyjątkowych prac, którzy nie są skłonni płacić za bardziej „popularne” dzieła (Onofri, 2009). Kwestia prezentowania dzieła na wystawach w kontekście kształtowania cen dzieł sztuki była podjęta przez Fedderke i Li (2020). Na próbie dzieł sztuki licytowanych na rynku południowoafrykańskim autorzy sprawdzali, czy wyszczególnienie w katalogu aukcyjnym informacji o wystawach wpływa na ceny. Rezultaty wskazały na występowanie premii cenowej wynoszącej 36% w przypadku dzieł licytowanych na wystawach.

Wyniki badań wskazują, że dla cen może mieć znaczenie to, do jakiej klasy cenowej można zaliczyć dzieło. Klasę tę autorzy ustalali na podstawie średnich cen dzieł sztuki autorstwa

poszczególnych twórców. Brak uwzględnienia tej zmiennej w modelu hedonicznym nie przyczynił się do znaczącego obniżenia stopnia objaśniania cen (Kompa i Witkowska, 2014).

Podsumowując, wśród determinant cen dzieł sztuki związanych z samymi dziełami zarysowują się dwie główne kategorie – czynniki związane z autentycznością dzieł oraz z ich wizualnymi charakterystykami. Z przeprowadzonych analiz wynika, że najczęściej rozpatrywano takie aspekty dzieł, jak wymiary, technika czy rodzaj zastosowanego podłoża. Wśród czynników związanych z autentycznością dzieł należy wyróżnić sygnaturę oraz datowanie obrazu. W analizach cen należy brać pod uwagę także kwestię proveniencji dzieła, wystaw, na jakich było prezentowane czy uwzględnienia w literaturze.

2.2. Czynniki związane z artystą

Kolejna grupa czynników wpływających na ceny dzieł sztuki obejmuje aspekty związane z twórcą. Ta kategoria jest o tyle istotna z punktu widzenia niniejszej pracy, że należy do niej również kwestia śmierci artysty.

Badacze są zgodni, że dzieło sztuki autorstwa uznanego artysty byłoby wyceniane na rynku lepiej od tej samej pracy twórcy o niższej reputacji. Nie można wykluczyć, że korzyści czerpane z posiadania dzieł uznanych twórców są wyższe – obserwuje się zmianę wartości dzieła sztuki w sytuacji, gdy zmienia się jego atrybucja (Kräussl i Elsland, 2008).

Aspekty związane z reputacją artysty mogące wpływać na ceny licytowanych prac były uwzględniane w modelach jako osobna zmienna odnosząca się do nazwiska artysty. Przyjmowano bowiem, że nazwisko artysty, który stworzył dzieło jest jednocześnie wyrazem jego reputacji, kunsztu i jakości artystycznej. Warto jednak zauważyć, że powiązanymi z nazwiskiem twórcy zmiennymi są również jego styl, szkoła artystyczna, tematyka dzieł czy znaczenie historyczne. Co więcej, w przypadku znaczącej części artystów można zaobserwować związek z określonym nurtem w sztuce (Higgs i Worthington, 2005; Taylor i Coleman, 2011). W wielu modelach zawierających czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki, zmienna związana z artystą tłumaczy dużą część zmienności (Oosterlinck, 2017). Uwzględnienie w modelach nazwisk artystów jako zmiennych zero-jedynkowych może wpłynąć na wiarygodność modelu w sytuacji, gdy próba zawiera dużą liczbę artystów (Kräussl i Elsland, 2008). Tabela 3 przedstawia zestawienie badań, w których kalkulowano hedoniczne modele cen dzieł sztuki i włączano do nich czynniki związane z osobą artysty (analizowane badania, które nie uwzględniły determinant związanych z twórcą nie zostały przedstawione w tabeli). Zmienne odnoszące się do nazwisk twórców były uwzględniane w modelach

hedonicznych cen w 14 spośród 34 analizowanych publikacji. W każdym z tych badań nazwisko twórcy było zmienną istotną lub przynajmniej część z nazwisk istotnie wpływała na ceny dzieł sztuki. Wśród tych badań znajduje się m.in. badanie Higgs (2012), Kompy i Witkowskiej (2014), Rennebooga i Spaenjersa (2013) oraz Taylora i Colemana (2011).

Tabela 3. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane z artystą

Publikacja	Literatura	Status życia	Okres aktywności artysty	Wystawy	Rok urodzenia malarza	Liczba sprzedanych dzieł sztuki	Kwadrat liczby sprzedanych dzieł sztuki	Nazwisko artysty	Wiek w momencie utworzenia dzieła	Kwadrat wieku w mom. utworzenia dzieła	Wiek artysty w momencie sprzedaży	Kraj pochodzenia	Miejsce zamieszkania	Reputacja	Uznanie instytucjonalne	Rok śmierci	Wiek w momencie śmierci	Przedwczesna śmierć	Oczekiwana długość życia
de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994)			+-					+-				+-							
Buelens i Ginsburgh (1993)		+						+											
Agnello i Pierce (1996)		+						+-	+	+						+			
Czujack (1997)			+																
Agnello (2002)		+																	
Renneboog i Van Houtte (2002)								+-											
Hodgson i Vorkink (2004)								+-											
Higgs i Worthington (2005)		+						+											
Kräussl i Schellart (2007)		+												+					
Kräussl i van Elsland (2008)		+-												+					
Maddison i Pedersen (2008)		+-																	+
Campos i Barbosa (2009)		+-						+	+-		+								
Ursprung i Wiermann (2011)						+-										+	+		
Scorcu i Zanola (2011)			+																
Seçkin i Atukeren (2011)					+							+	+						
Taylor i Coleman (2011)		+-						+-						+	+-				
Higgs (2012)		+						+											
Renneboog i Spaenjers (2013)	+			+-				+											

Frick i Knebel (2014)			+				
Kompa i Witkowska (2014)	+		-		+		
Etro i Stepanova (2015)			+				+
Witkowska i Lucińska (2015)		-			+		
Ekelund, Jackson i Tollison (2017)					+	+	+
Oosterlinck (2017)					+		
Shi, Conroy, Wang i Dang (2018)		-					
Demir, Gozgor i Sari (2018)	+						
Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019)		+					
Garay (2019)		-					
Fedderke i Li (2020)			+			+	+

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Reputacja była mierzona także na podstawie średniej ceny prac autorstwa danego twórcy. Zaobserwowano niewielki, pozytywny efekt tej zmiennej z punktu widzenia cen (Kräussl i Schellart, 2007). W badaniu Kräussla i Elslanda (2008) wykazano istotny i pozytywny wpływ reputacji na ceny dzieł sztuki, która z powodzeniem może zastępować zmienną wskazującą na nazwisko artysty. Lepiej sprawdza się również w wyjaśnianiu wartości dzieł w porównaniu z średnią ceną prac danego twórcy. W badaniu Seçkina i Atukerena (2011) natomiast efekt reputacji zaobserwowano w przypadku najmłodszej grupy twórców, którzy z reguły osiągnęli niższe ceny za wyjątkiem tych należących do grona artystów o największym uznaniu. Kwestie definiowania reputacji w odniesieniu do artystów są szerzej przedstawione w rozdziale 3, z uwagi na znaczenie tego czynnika dla będącego przedmiotem pracy „efektu śmierci”. Biorąc pod uwagę analizowane modele cen, reputacja jako czynnik wpływający na ceny dzieł sztuki definiowana inaczej niż za pomocą nazwiska twórcy pojawiła się w 4 spośród 34 badań.

Warto mieć na uwadze istniejące rozbieżności w cenach prac tego samego artysty. Można przyjąć założenie, że ceny poszczególnych prac w dorobku artysty zależą od stopnia zgodności z charakterystycznym stylem twórcy oraz od okresu, w którym powstały (Anderson, 1974). Badacze upatrywali więc istotnego dla cen dzieł sztuki czynnika w okresie aktywności twórczej artysty. Na przestrzeni życia artystów można wyróżnić okresy różniące się liczbą powstałych prac, ich jakością czy ogólnym wpływem na sztukę. W badaniach, na podstawie daty utworzenia dzieła poszczególne prace przypisywano do okresów twórczości. Przykładowo, dla Picassa wyróżniono osiem różnych okresów twórczości (Czujack, 1997). Uzyskane rezultaty

świadczą o istotnym znaczeniu tej zmiennej dla cen licytowanych prac (Cinefra i in., 2019; Czujack, 1997). Co ciekawe, w badaniu Czujack (1997) dotyczącym obrazów Picassa, kolekcjonerzy płacili więcej za prace powstałe w okresach mniejszej aktywności.

W cyklu twórczości artystów wyróżnia się czasem „lepsze” i „gorsze” okresy. W badaniu de la Barre i in. (1994) sprawdzano, jak kształtują się ceny pomiędzy różnymi etapami aktywności w przypadku siedmiu znanych malarzy. W przypadku większości etapów, ceny uzyskiwane za prace powstałe na dalszych etapach kariery różniły się istotnie od prac z jej początków. W przypadku każdego malarza zaobserwowano także znaczący przeskok cenowy pomiędzy etapami. Dla pięciu z nich (Braque, Chagall, Leger, Matisse, Renoir) okresem, w którym ceny były najniższe okazał się początek kariery, dla dwóch pozostałych (Monet i Picasso) – koniec (de la Barre i in., 1994). Wniosek dotyczący prac Picassa jest zgodny z konkluzją płynącą z badania Scorcu i Zanolli (2011), gdzie współczynniki regresji dla wszystkich okresów twórczości Picassa były wyższe w porównaniu z ostatnim okresem działalności twórcy.

Wiek, w którym artysta stworzył dzieło był również analizowany w badaniach pod kątem cen, ponieważ może odzwierciedlać najbardziej twórczy okres działalności artysty lub okres istotny z punktu widzenia przemian w stylu malarskim twórcy (Agnello i Pierce, 1996). Zmienna ta była istotna i pozytywnie oddziałująca na ceny prac (Agnello i Pierce, 1996; Rengers i Velthuis, 2002). Z drugiej strony, kwadrat wieku artysty w momencie utworzenia dzieła był istotną zmienną działającą negatywnie, co świadczy o istnieniu krytycznego poziomu wieku, po przekroczeniu którego ceny dzieł sztuki osiągają niższe ceny (Agnello i Pierce, 1996; Ekelund i in., 2017). Ekelund i in. (2017) wskazali, że optymalny z punktu widzenia uzyskiwanych cen wiek to 47 lat. Wiek artysty okazał się być częściowo istotnym czynnikiem oddziałującym na ceny dzieł sztuki w badaniu Camposa i Barbosy (2009). Jeśli był istotny to wpływał na ceny negatywnie.

Analizowano także kwestię wieku w momencie dokonania transakcji, który to może świadczyć o doświadczeniu twórcy i wskazywać na podaż dzieł sztuki. W badaniach zakładano, że to starsi artyści są bardziej produktywni z uwagi na zgodne z teorią kapitału ludzkiego, „szkolenie w miejscu pracy”, czyli doskonalenie warsztatu. Bardziej doświadczeni twórcy dysponują ponadto większą ilością czasu na stworzenie sieci kontaktów obejmującej krytyków, kuratorów i ekspertów. Zakładano, że tworzenie takich relacji koresponduje z wartością dzieł sztuki – artysta jest bardziej zauważalny, zwiększa się jego reputacja, popyt na dzieła i wskutek tego także ceny (Rengers i Velthuis, 2002; Sagot-Duvaurox, 2011).

W badaniach sprawdzano również, jaką rolę dla cen odgrywają odniesienia w literaturze dotyczące samego artysty. Renneboog i Spaenjers (2013) uwzględnili w modelu hedonicznym zmienną wskazującą na to, czy twórca pojawił się w podręczniku do historii sztuki „Sztuka przez wieki”. Zmienna wskazująca na obecność artysty w literaturze naukowej miała pozytywny wpływ na ceny dzieł sztuki. Prace artystów znajdujących się w ważnym podręczniku historii sztuki odnotowywały średnio o 13,5% wyższe ceny (Renneboog i Spaenjers, 2013).

Czynnikiem związanym z artystą mogącym mieć znaczenie dla cen dzieł sztuki jest obecność jego dzieł na uznanych wystawach m.in. wystawie Documenta w Kassel (Renneboog i Spaenjers, 2013). Aspekt ten okazał się być istotny i wpływający pozytywnie w przypadku abstrakcyjnego ekspresjonizmu oraz minimalizmu i sztuki współczesnej, nieistotny natomiast dla pop artu. W badaniu dotyczącym „efektu śmierci” Frick i Knebel (2014) przyjęli, że jeśli dzieła artysty były wystawiane w MOMA, można przyznać artyście status „supergwiazdy”. Ten aspekt okazał się być istotny z punktu widzenia późniejszych zmian cen.

Jeśli chodzi o inne aspekty kariery, nieznaczącym dla cen czynnikiem jest to, czy prace artysty były sprzedawane w jednej czy wielu galeriach (Rengers i Velthuis, 2002). W przypadku reprezentowania artysty przez mniejszą liczbę galerii i tym samym przez ograniczoną konkurencję nie obserwuje się wzrostu cen. Z drugiej strony można przypuszczać, że odnoszący sukcesy artyści mają większą szansę na bycie reprezentowanym przez większą liczbę galerii chcących nawiązać z nimi współpracę. Najlepsi artyści nie muszą ponadto zgadzać się na wyłączność reprezentacji często oczekiwanej przez galerie (Velthuis, 2005).

Rok urodzenia artysty może być uwzględniany w kalkulacjach jako wyznacznik stylu artystycznego właściwego dla czasu, w którym działał autor. Badanie wskazujące na istotność tej zmiennej zostało przeprowadzone przez Etro i Stepanovą (2015), gdzie rok urodzenia twórcy był zmienną wpływającą na ceny pozytywnie. Można tym samym uznać, że prace reprezentujące nowsze style były lepiej opłacane, być może z uwagi na panujące trendy. Odmienny wniosek uzyskano w badaniu Seçkina i Atukerena (2011), gdzie prace młodszego pokolenia twórców (urodzonych po 1960 roku) uzyskiwały co do zasady niższe ceny od pozostałych. W badaniu Kompy i Witkowskiej (2014) na podstawie roku urodzenia artysty szacowano epokę, do jakiej można przypisać artystę. Wyróżniono twórców urodzonych przed 1900 r., żyjących pomiędzy 1900 a 1975 r. oraz po 1975 r. Czynniki te zostały uwzględnione jedynie w jednym modelu hedonicznym i okazały się nieistotne.

Innym aspektem związanym z artystą, który warto wziąć pod uwagę, analizując ceny dzieł sztuki jest liczba prac. Biorąc pod uwagę ogólny wpływ liczby sprzedanych dzieł, w literaturze zakłada się, że będzie on pozytywny. Wskaźnikiem sukcesu rynkowego jest wzrost sprzedaży z towarzyszącym mu wzrostem cen (Rengers i Velthuis, 2002). Ta obserwacja jest zgodna z efektem Veblena na rynku sztuki. Kolekcjonerzy traktują ceny prac danego twórcy jako wskaźniki ich jakości (Throsby, 1994). Wzrost cen wraz z liczbą sprzedanych dzieł można uzasadnić również przyjęciem strategii penetracji rynku – dealerzy ustalają początkowo ceny na niższym poziomie i podnoszą je po osiągnięciu określonego poziomu sprzedaży. Udowodniono ponadto, że ceny rosną wraz z wielkością sprzedaży do momentu przekroczenia poziomu krytycznego, o czym wskazuje negatywna wartość kwadratu liczby sprzedanych dzieł (Rengers i Velthuis, 2002). Pozytywną zależność pomiędzy liczbą sprzedawanych dzieł w poszczególnych latach a ceną potwierdzono w badaniu Fricka i Knebel (2014).

Nieco inne przewidywania dotyczą liczby prac wystawionych na sprzedaż w danym roku, która może mieć negatywny wpływ na ceny licytowanych prac. Kolekcjonerzy z reguły zainteresowani są posiadaniem typowej dla dorobku artysty pracy, a rzadziej wybranego, konkretnego dzieła (Ursprung i Wiermann, 2011). Te przewidywania zostały potwierdzone w badaniu Ursprunga i Wiermanna (2011), w którym większa podaż dzieł skutkowałą obniżeniem cen dzieł sztuki (każdym kolejnym 10 dziełom rocznie odpowiadał spadek ceny o 0,5%).

Warto przyjrzeć się również kwestii narodowości artysty. Oczekuje się, że po stronie podażowej, wyższe ceny w przypadku artystów zagranicznych mogą wynikać z traktowania przez konsumentów obcej narodowości twórców jako oznaki sukcesu, niezależnie od tego, jak wyglądają ich prace (Velthuis, 2005). Rengers i Velthuis (2002) porównywali ceny osiągnięte przez twórców krajowych i zagranicznych. Prace artystów zagranicznych wiązały się z uzyskaniem premii cenowej. Kraj pochodzenia artysty okazał się być częściowo istotny z punktu widzenia cen m.in. w badaniu de la Barre i in. (1994), gdzie prace artystów francuskich odnotowywały najwyższe ceny, choć różnice te w porównaniu z twórcami z innych państw nie we wszystkich przypadkach były istotne. Kwestią mogącą potencjalnie wpływać na ceny jest także kraj zamieszkania artysty. W przypadku twórców rezydujących za granicą, sprzedaż dzieł sztuki może być obciążona dodatkowymi kosztami transportu i ubezpieczenia, co także może oddziaływać na ceny pozytywnie (Velthuis, 2005). Autorzy badali również znaczenie miejsca zamieszkania artysty w obrębie danego kraju. Rengers i Velthuis (2002)

dowiedli, że jest to istotna zmienna różnicująca poziom cen. Na podstawie próby artystów żyjących w Holandii wykazano, że dzieła sztuki twórców mieszkających w Amsterdamie były wyższe od artystów żyjących w innych miejscach kraju.

Wartościowe wnioski mogą dostarczać także badania przeprowadzone na pierwotnym rynku aukcyjnym. Rezultaty badania Rengers i Velthuis (2002) wskazały, że wśród determinant cen dzieł sztuki związanych z artystą można wyróżnić także płeć twórcy. Artystki otrzymywały niższe ceny za swoje dzieła sztuki od artystów. Efekt ten można częściowo wyjaśnić uwzględniając w analizie inne zmienne – rozmiar prac i wiek twórcy. W analizowanej próbie artystki były młodsze od twórców płci męskiej. Różnice te wynikają także z istniejących różnic w kształtowaniu się karier kobiet i mężczyzn.

Autorzy rozpatrywali w badaniach wpływ instytucjonalnego uznania artysty na ceny licytowanych prac. Analizowali w tym zakresie wielkość wsparcia rządowego w postaci nagród, dotacji czy grantów świadczących o uznaniu twórcy oraz jego kunszcie. Zakładano, że na zwiększenie reputacji artysty i tym samym wzrost cen sprzedawanych dzieł mają wpływ przede wszystkim najbardziej znaczące formy wsparcia, ogłaszane publicznie i obejmujące znaczące kwoty. Małe granty często przyznawane są bez wiedzy opinii publicznej, a ich zakres nie jest na tyle istotny, by realnie oddziaływać na poziom cen. Rezultaty badań zdają się potwierdzać te założenia tylko częściowo – otrzymanie małego grantu działało na ceny negatywnie, tak jak i najwyższej formy finansowania w porównaniu z brakiem wsparcia instytucjonalnego. Niektóre formy oddziaływały jednak na ceny pozytywnie (Rengers i Velthuis, 2002).

Wartym podkreślenia jest, że kluczowym czynnikiem związanym z artystą z punktu widzenia analizy „efektu śmierci” jest status życia artysty tj. informacja o tym czy twórca żył czy nie żył w czasie trwania transakcji. W 15 spośród analizowanych publikacji szacowano wpływ tej zmiennej na ceny dzieł sztuki. Osiem badań wskazało na istotną rolę tego aspektu dla cen dzieł sztuki, cztery badania częściowo potwierdziły tę zależność, trzy natomiast nie dostarczyły dowodów na wpływ tej zmiennej. Inne zmienne związane ze śmiercią uwzględniane w modelach cen to rok śmierci (3 badania), wiek w momencie śmierci (3 badania), zmienna wskazująca na śmierć w młodym wieku (1 badanie) czy oczekiwana długość życia (1 badanie).

Podsumowując, z punktu widzenia ceny dzieła sztuki znaczenie ma to, kto jego autorem. Badacze w różny sposób udowadniali rolę w kształtowaniu cen dzieł sztuki reputacji twórcy,

jego wieku, obecności na wystawach czy w literaturze. Badania podejmowały także aspekty związane ze śmiercią twórcy – kwestie tych czynników zostały szerzej omówione w rozdziale 3.

2.3. Czynniki związane ze sprzedażą

Ostatnia wyróżniona kategoria determinant cen dzieł sztuki dotyczy aspektów związanych ze sprzedażą. Wśród tych czynników znaczący dla cen może być dom aukcyjny, w którym odbyła się sprzedaż dzieła. Odnosząc się do badań uwzględniających czynniki z tej kategorii (tabela 4), dom aukcyjny wystąpił w 22 z 34 analizowanych publikacji. Dom aukcyjny miał istotny wpływ na ceny m.in. w badaniu Hodgsona i Vorkinka (2004), Kräussla i Elslanda (2008) oraz Rennebooga i Spaenjersa (2013).

Znaczna część badań wskazuje, że dzieła sztuki licytowane w Sotheby's osiągają wyższe ceny niż prace sprzedawane w Christie's, przy czym oba domy aukcyjne przeważają pod względem cen nad innymi domami aukcyjnymi. Zależność tę potwierdzają badania m.in. Agnella (2002), Agnella i Pierce (1996), de la Barre i in. (1994), Garaya (2019) oraz Rennebooga i Van Houtte (2002). Przykładowo, wpływ obu zmiennych okazał się istotnie i pozytywnie wpływać na ceny prac w badaniu Higgs i Worthingtona (2005), przy czym w przypadku Sotheby's zaobserwowano wyższy wzrost (1,90%) niż w przypadku Christie's (1,85%) czy Deutscher-Menzies (1,80%). W badaniu Taylora i Colemana (2011) sprzedaż dzieł w Sotheby's i Christie's wiązała się z premią cenową wynoszącą kolejno 119,4% i 70,4%. Podobnie Frick i Knebel (2014) dowiedli, że dzieła sztuki sprzedawane w Christie's lub Sotheby's były około 70% droższe od prac na aukcjach w mniej znanych domach aukcyjnych. Jeśli chodzi o nowsze badania, Cinefra i in. (2019) dowiedli, że ceny obrazów Miró licytowane w Sotheby's były o 42,46% wyższe od tych licytowanych w Christie's. Dysproporcja, jeśli chodzi o ceny prac licytowanych w Sotheby's i Christie's nie jest z reguły tak wyraźna. Niektóre badania wskazały, że sprzedaż dzieł sztuki w Christie's wiązała się z nieznacznie wyższą premią w porównaniu z Sotheby's, przy czym w obu przypadkach była wyższa od pozostałych domów aukcyjnych (Kräussl i Elsland, 2008; Kräussl i Schellart, 2007; Renneboog i Van Houtte, 2002).

Wyższe ceny uzyskiwane ze sprzedaży dzieł w Sotheby's i Christie's wywołują dyskusję w kontekście prawa jednej ceny, zgodnie z którym obrazy o podobnej jakości nie powinny różnić się ceną. Reputacja i siła rynkowa najlepszych domów aukcyjnych sprawia, że prace w nich licytowane regularnie uzyskują wyższe ceny młotkowe (Higgs i Worthington, 2005). W kontekście naruszenia prawa jednej ceny należy jednak wziąć pod uwagę szerszy kontekst obejmujący także działania marketingowe domów aukcyjnych, kwestie selektywności oraz

pro wizje i zachęty przez nie stosowane (Agnello i Pierce, 1996). W przypadku polskich domów aukcyjnych w największym stopniu pozytywnie na cenę wpływało licytowanie prac w Polswiss Art (Witkowska i Lucińska, 2015). Dom aukcyjny okazał się nie mieć wpływu na zmienność cen w badaniu (Czujack, 1997). Niektóre badania tylko częściowo wskazują na znaczenie domu aukcyjnego w formowaniu się cen dzieł sztuki m.in. w przypadku badania Ginsburgha i in. (2019), Kompy i Witkowskiej (2014) oraz Shi i in. (2018).

Tabela 4. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane ze sprzedażą

Publikacja	Okres sprzedaży	Dom aukcyjny	Długość opisu dzieła w katalogu aukcyjnym	Miasto sprzedaży	Kraj sprzedaży	Odsprzedaż	Szacunki przedsprzedażowe	Wartość – cena wywoławcza a cena rynkowa	Pora aukcji (dzień/wieczór)	Numer w katalogu (lot)	Kwadrat numeru w katalogu (lot)	Nazwa aukcji	Użycie słowa „piękny” w opisie	Średnia cena dzieł licytowanych podczas aukcji	Marszand	Upřednia sprzedaż dzieła w danym domu aukcyjnym	Dzieło na okładce katalogu	Czas od śmierci do transakcji
de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994)		+ -																
Agnello i Pierce (1996)	+	+	+							+	+							
Czujack (1999)		-			-	+	-											
Agnello (2002)	+		+							+	+							
Renneboog i Van Houtte (2002)	+					+												
Hodgson i Vorkink (2004)		+																
Higgs i Worthington (2005)	+	+																
Locatelli-Biey i Zanola (2005)	+	+				+												
Figini i Onofri (2006)	+	+																
Kräussli i Schellart (2007)		+		+	+		+											
Kräussli i van Elsland (2008)	+	+																
Maddison i Pedersen (2008)		+																+
Onofri (2009)	+ -					+ -												
Campos i Barbosa (2009)	+																-	

Ursprung i Wiermann (2011)	+-		+-								+
Scorcu i Zanola (2011)	+	+-	+-								
Seçkin i Atukeren (2011)	+	+							+-		+-
Renneboog i Spaenjers (2011)	+	+	+								
Taylor i Coleman (2011)	-	+-									
Higgs (2012)	+	+									
Renneboog i Spaenjers (2013)	+	+									
Frick i Knebel (2014)											+
Kompa i Witkowska (2014)	-	+-							-		
Etro i Stepanova (2015)	+		+						+	+	+
Witkowska i Lucińska (2015)	+-	+							-		
Ekelund, Jackson i Tollison (2017)											+
Shi, Conroy, Wang i Dang (2018)		+-									
Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019)	+		+						+	-	+
Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019)											-+
Garay (2019)	+-	+									
Fedderke i Li (2020)	+										+

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnych badań

Podsumowując, największe domy aukcyjne mogą oczekiwać za licytowane obrazy wyższych cen. Dom aukcyjny może stanowić również czynnik obejmujący do pewnego stopnia jakość dzieła sztuki. Oba te aspekty są ze sobą integralnie związane, szczególnie wtedy, gdy niepełne są informacje opisujące jakość prac (de la Barre i in., 1994). W konsekwencji, właściciele prac uznanych artystów mogą być skłonni do ich sprzedaży w największych domach aukcyjnych za sprawą ich siły rynkowej, kosztem mniejszych i mniej produktywnych domów aukcyjnych (Higgs, 2012).

Badania wskazują, że na poziom cen dzieł sztuki ma wpływ także to, kiedy następowała ich sprzedaż. Autorzy w wielu modelach szacujących indeksy cen uwzględniali zmienne związane z okresem, w jakim dzieła były sprzedawane – rok, semestr czy miesiąc. Spośród 34 analizowanych publikacji, okres sprzedaży był włączony do modeli cen w 21 przypadkach. Wiele badań wskazuje, że jest to istotny czynnik w kształtowaniu się cen (Agnello, 2002; Agnello i Pierce, 1996; Etro i Stepanova, 2015; Renneboog i Spaenjers, 2013). Okres sprzedaży miał istotny wpływ na cenę w większości modeli przedstawionych m.in. w badaniu Onofri (2009). Tylko częściowo rok sprzedaży był istotny dla cen dzieł sztuki w badaniu Witkowskiej

i Lucińskiej (2015). Z kolei okres sprzedaży (rok) nie miał znaczenia dla cen w badaniu Kompy i Witkowskiej (2014), gdzie analizowano ceny dzieł sztuki sprzedane pomiędzy 2007 a 2010 r.

Autorzy uznali, że znaczenie dla ceny prac może mieć to czy były one sprzedawane na głównych aukcjach (głównie wieczorem) czy też na aukcjach o mniejszej randze (głównie w dzień). Wyniki badań są zgodne z przewidywaniami i wskazują, że dzieła sztuki licytowane na aukcjach wieczornych osiągają wyższe ceny (o 104,2%) od obiektów licytowanych na sesjach porannych. Ponadto, biorąc pod uwagę dodatkowe aspekty związane z aukcją mogące wpływać na ceny dzieł sztuki zaobserwowano, że nazwa aukcji (np. „Impresjonizm i Sztuka Nowoczesna”) nie oddziałuje na ceny (Cinefra i in., 2019).

Przedmiotem dociekań autorów w kontekście kształtowania się cen dzieł sztuki były również relacje pomiędzy ceną wywoławczą a wyceną rynkową dzieła. W badaniu Kompy i Witkowskiej (2014) zmienna ta okazała się być bez wpływu na poziom cen. W modelach hedonicznych zaproponowanych przez Witkowską i Lucińską (2015) uwzględniono zmienną *wartość* jako relację ceny wywoławczej do ceny sprzedaży. Czynniki te również w tym przypadku okazały się nieistotne.

Aspektem powiązanim ze sprzedażą jest kraj, w którym odbywała się aukcja. W badaniu Onofri (2009) w większości przypadków państwo, w którym miała miejsce sprzedaż odgrywało istotną rolę z punktu widzenia dynamiki cen dzieł starych mistrzów. Czynniki te zostały uwzględnione także w hedonicznym modelu cen dzieł niemieckich twórców i okazały się być istotne (Kräussl i Schellart, 2007). Badanie Rennebooga i Van Houtte (2002) również potwierdziło znaczenie tej zmiennej – najwyższe ceny osiągały prace licytowane w Stanach Zjednoczonych w porównaniu m.in. z Wielką Brytanią, Francją czy Niemcami. Kolejną najkorzystniejszą lokalizacją pod względem osiągniętych cen była Wielka Brytania, gdzie poziom cen sięgał 72% tych osiągniętych w Stanach Zjednoczonych. W badaniach weryfikowano także, jaki wpływ na ceny może mieć miasto, w którym odbywa się aukcja. Miasto okazało się istotną z punktu widzenia cen zmienną w badaniu Kräussla i Schellarta (2007). Wyższe ceny osiągały prace licytowane w Londynie i Nowym Jorku w porównaniu z Paryżem i Madrytem (Cinefra i in., 2019).

Odrębną, chociaż rzadziej analizowaną grupę czynników stanowią kwestie związane z przedstawieniem dzieł w katalogach aukcyjnych. Wśród tych aspektów autorzy weryfikowali czy kolejność, w jakiej dzieło sztuki zostało sprzedane na aukcji wpływało na jego cenę. Numer dzieła w katalogu (lot) okazał się nie mieć znaczenia dla cen, natomiast kwadrat tej zmiennej

okazał się istotny (Cinefra i in., 2019). Etro i Stepanova (2015) uzyskali dowody na istnienie niewielkiego, negatywnego efektu kolejności dzieł w katalogu w kształtowaniu cen, co pozwala przypuszczać, że najlepsze prace zostały przedstawione na początku katalogu. Negatywny efekt numeru lot uzyskano ponadto w badaniu Agnella i Pierce (1996) oraz Agnella (2002), co oznacza, że wraz ze wzrostem numeru obserwuje się spadek cen. W badaniach tych przeanalizowano również kwadrat numeru dzieła w katalogu, który świadczy o pozytywnym wpływie na ceny licytowanych prac. To wskazuje, że od pewnej granicy kolejność w katalogu może iść w parze ze wzrostem cen. Warto zauważyć również, że najwyższy wskaźnik sprzedaży dotyczy prac licytowanych w pierwszych dwóch decylach, przy czym tempo sprzedaży widocznie spada od szóstego decyla, będąc najniższym w ostatnim decylnie. Istnieją również dowody występowania „efektu zmęczenia” bądź „efektu popołudnia” wskazujące na spadek zarówno cen licytowanych prac jak i tempa sprzedaży wraz z przebiegiem aukcji. W badaniu tym uzyskano jednak sprzeczne wyniki w stosunku do cen dzieł sztuki licytowanych na samym początku, które były niższe od tych osiągniętych w środkowej części aukcji (Seçkin i Atukeren, 2011).

Autorzy sprawdzali wpływ liczby słów w opisie katalogowym dzieła na ceny dzieł sztuki. Punktem wyjścia było przekonanie, że domy aukcyjne poświęcają więcej miejsca opisowi ważniejszych prac i jest to wskaźnik jakości artystycznej dzieła. Okazuje się, że aspekt ten może mieć znaczenie dla cen, oddziałując na nie pozytywnie (Cinefra i in., 2019; Etro i Stepanova, 2015). Co więcej, użycie do opisu dzieła takich słów, jak „piękne” czy „wspaniałe” również istotnie zwiększa cenę (Etro i Stepanova, 2015).

Agnello i Pierce (1996) natomiast analizowali znaczenie umieszczenia ilustracji oraz opisu dzieła w katalogu aukcyjnym. Dowiedziono, że w przypadku dzieł ilustrowanych w katalogach aukcyjnych można oczekiwać wyższych cen – kolekcjonerzy są wówczas bardziej świadomi i mogą wykazać w stosunku do tych dzieł większe zainteresowanie. Podobnie w badaniu Fedderke i Li (2020) dowiedziono, że występowanie ilustracji dzieła na okładce katalogu wiąże się z premią cenową w wysokości 177%. Warto zauważyć, że z obecnością na okładce wiąże się zwykle także wyróżniające przedstawienie w całym katalogu (np. w nagłówkach działów). Z drugiej strony, sama praktyka wyboru ilustracji do katalogów (jeśli nie są zaprezentowane wszystkie) może być obciążona błędem selekcji (Agnello i Pierce, 1996). Czynniki te okazały się istotne dla cen również w badaniu Agnella (2002).

Kwestią związaną z transakcjami z udziałem dzieł sztuki mogącą wpływać na ceny prac jest także odsprzedaż. Kolekcjonerom zaleca się utrzymywanie dzieła w zbiorach przez dość długi czas po zakupie, zamiast natychmiastowej sprzedaży obiektu bezpośrednio po nabyciu. Istotnie, dzieła sztuki Pabla Picassa odsprzedawane w czasie niedalekim od początkowego zakupu osiągały niższe ceny (Czujack, 1997).

Ponadto, badacze sprawdzali również, jak kształtują się ceny prac sprzedawanych razem w większej liczbie, co występuje m.in. w przypadku prac seryjnych. Zakładano, że grupy prac mogą wiązać się z uzyskaniem przez kupującego rabatu ilościowego i świadczyć jednocześnie o niższej jakości prac seryjnych. Tę prawidłowość potwierdzono w badaniu Etro i Stepanovej (2015).

Szacunki przedsprzedażowe są wskaźnikiem oczekiwanej ceny spod młotka, a także rezerwacyjnej ceny sprzedającego. Dostępność informacji o szacunkach przedsprzedażowych może oddziaływać na potencjalnych nabywców, a tym samym – na ceny dzieł (Czujack, 1997). Obecnie jednak za sprawą portali poświęconych inwestowaniu w sztukę oraz stron domów aukcyjnych dostęp do szacunków przedsprzedażowych jest bez wątpienia większy. Niezależnie, zmienna ta okazała się być nieistotna z punktu widzenia cen osiągniętych przez dzieła sztuki w badaniu Czujack (1997). Szacowana cena przedsprzedażowa (wyliczana jako różnica pomiędzy najwyższym i najniższym oszacowaniem) okazała się mieć istotny, dodatni wpływ na ceny obrazów niemieckich malarzy w badaniu Kräussla i Schellarta (2007). Rezultaty badania Etro i Stepanovej (2015) dotyczące rynku historycznego wskazują, że dla poziomu cen dzieł sztuki znaczenie ma także średnia cena pozostałych dzieł sprzedanych na aukcji. Wynik ten świadczy o istnieniu pewnych wspólnych dla danej aukcji cech jakościowych, których nie sposób wyjaśnić za pomocą pozostałych zmiennych objaśniających.

Do grupy czynników związanych z aukcją oddziałujących na ceny dzieł sztuki należy włączyć również obecność marszanda. Od XVIII wieku marszandzi pośredniczyli w transakcjach sprzedaży dzieł sztuki, wpływając na gusta kupujących i produkcję artystów (Etro i Stepanova, 2015). Badanie Etro i Stepanovej (2015) dostarczyło dowodów na temat znaczenia marszandów w obrocie sztuką.

Spośród determinant cen związanych ze sprzedażą, które wydają się być szczególnie istotne z punktu widzenia problematyki rozprawy należy wyróżnić zmienne odwołujące się do czasu pomiędzy śmiercią a transakcją. Aspekt ten był włączany do badań w różny sposób – jako zmienna ilościowa (m.in. Maddison i Pedersen, 2008; Ursprung i Wiermann, 2011) czy jako

zmienna dychotomiczna (Sećkin i Atukeren, 2011). Łącznie został uwzględniony w sześciu spośród analizowanych badań. Zmienna ta wywierała zwykle istotny wpływ na ceny analizowanych dzieł sztuki. Szczegółowe omówienie tych badań jest zawarte w rozdziale 3.

Podsumowując, w ramach czynników wpływających na ceny dzieł sztuki można wyróżnić trzy zasadnicze grupy. Z punktu widzenia niniejszej pracy, najistotniejszą grupą są czynniki związane z artystą. Wśród nich, często występującym aspektem był status życia artysty. Warto zaznaczyć, że nie można wykluczyć również wpływu aspektów makroekonomicznych na ceny dzieł sztuki. Z uwagi na niewielką liczbę badań uwzględniających te aspekty w modelach hedonicznych (jako zmienne objaśniające a nie tylko w kontekście porównań indeksów), kwestie rynkowe zostały włączone do rozdziału 3 dotyczącego „efektu śmierci”.

3. Rozważania na temat roli śmierci artysty w kontekście cen dzieł sztuki

3.1. Status życia artysty i „efekt śmierci”

Literatura naukowa przed drugą połową lat dziewięćdziesiątych nie zauważała wpływu śmierci artysty na ceny dzieł sztuki. Analizy cen uwzględniały w różnych zestawach czynniki związane z dziełem, artystą i sprzedażą (rozdział 2). Kwestia śmierci artysty była ujmowana w literaturze dotyczącej czynników wpływających na ceny dzieł sztuki najczęściej w postaci badań nad rolą statusu życia. Podsumowanie badań w tym zakresie przedstawia tabela 5.

Status życia artysty tj. fakt czy twórca żył czy nie żył w momencie jej dokonania został włączony do modelu cen w badaniu Agnella i Pierce (1996). Zostało ono przeprowadzone na próbie 15 216 transakcji z udziałem dzieł sztuki autorstwa 66 amerykańskich artystów, które miały miejsce pomiędzy 1971 a 1992 rokiem. Uzyskane rezultaty wskazały, że dzieła artystów żyjących w momencie licytacji były sprzedane po wyższych cenach. Wniosek ten mógł jednak wynikać z faktu, że wszyscy żyjący artyści to byli artyści współcześni. Zaobserwowana zależność mogła więc być efektem podobnego stylu a nie statusu życia. W innym badaniu Agnello (2002) dokonał analizy 25 217 transakcji z udziałem dzieł sztuki autorstwa 91 amerykańskich artystów, które miały miejsce pomiędzy 1971 a 1996 rokiem. Okazało się, że status życia artysty w momencie transakcji istotnie oddziaływał na poziom uzyskiwanych cen. Wyniki analizy regresji wskazały, że jeśli artysta żył podczas transakcji wiązało się to ze spadkiem cen licytowanych prac o 21%. Niemniej, efektu tego oddziaływania nie można przypisać wyłącznie do statusu życia twórcy – może być on obciążony doborem artystów i stylów obecnych w próbie.

Kwestia śmierci jako czynnika oddziałującego na cenę pojawiła się również w badaniu Higgs i Worthingtona (2005) przeprowadzonym na próbie obrazów namalowanych przez australijskich malarzy, które były przedmiotem aukcji od 1973 do 2003 roku. Autorzy wykorzystali metodę regresji hedonicznej, uwzględniając w niej zmienną związaną ze statusem życia artysty. W zależności czy twórca żył czy nie żył podczas transakcji zmienna zero-jedynkowa (*dummy variable*) przyjmowała wartość 0 lub 1. Spośród 60 artystów uwzględnionych w próbie, 19 zmarło przed okresem objętym analizą, 20 – w trakcie, 21 natomiast żyło po tym czasie. Wyniki wskazują, że ceny prac sprzedanych po śmierci twórcy były wyższe o 1,13% od cen uzyskiwanych przez obrazy żyjących twórców. Autorzy nie dokonali jednak rozróżnienia na malarzy zmarłych przed okresem analizy i w trakcie – tym

samym, nie wiadomo, jak kształtowała się zmiana cen w odniesieniu do transakcji przeprowadzonych bezpośrednio po śmierci autora. W badaniu wysnuto przypuszczenie, że efekt mógłby być większy, jeśli z analizy zostaliby wykluczeni twórcy zmarli przed 1973 rokiem. Podobny efekt zaobserwowano w innym badaniu dotyczącym konstrukcji hedonicznego indeksu cen dzieł sztuki przeprowadzonym przez Higgs (2012). Autorka objęła analizą próbę 64 303 prac autorstwa 71 uznanych artystów współczesnych z Australii, które były przedmiotem aukcji pomiędzy 1986 a 2009 rokiem. Wzorem poprzednich badań w tym zakresie, status życia artysty reprezentowała zmienna zero-jedynkowa, przyjmująca wartości 1 (w przypadku, gdy twórca nie żył podczas licytacji) oraz 0 (w przeciwnej sytuacji). Autorka oczekiwała pozytywnego wpływu śmierci na kształtowanie się cen. Próbę artystów uwzględnionych w badaniu stanowiło 31 twórców zmarłych przed okresem analizy, 24 zmarłych podczas tego okresu i 16 żyjących w tym czasie. Autorka przypuszczała, że efekt może być bardziej wyraźny, gdyby znaczenie statusu życia zbadać wyłącznie w odniesieniu do artystów zmarłych w analizowanym okresie i żyjących po nim. Niezależnie, okazało się, że fakt, że artysta nie żył podczas aukcji wiąże się ze wzrostem cen licytowanych prac o 1,25%.

Znaczenie statusu życia artysty dla kształtowania się cen prac na rynku aukcyjnym zostało zweryfikowane w badaniu Dürra (2010), przeprowadzonym w celu oszacowania indeksu cen dla szwajcarskiego rynku kolekcjonerskiego. Na potrzeby analiz wykorzystano próbę 5231 transakcji z udziałem dzieł sztuki autorstwa 606 artystów, przeprowadzonych w domach aukcyjnych Christie's i Sotheby's pomiędzy 1993 i 2009 rokiem. Do modelu wprowadzono zero-jedynkową zmienną *status życia*, wskazującą czy twórca żył czy nie żył podczas aukcji. Autor założył, że ceny prac mogą wzrastać pośmiertnie, ze względu na fakt, że zmarły artysta nie stworzy już więcej prac, wskutek czego powstanie niedobór jego dzieł na rynku. Z kolei przeciwko tej zależności może świadczyć fakt, że żyjący twórcy mają wpływ na swój dorobek i mogą zwiększyć swoją reputację wśród kolekcjonerów. W pracy przetestowano dwa podejścia względem oszacowania indeksów cen dzieł sztuki – regresję uwzględniającą oddzielne, binarne zmienne dla każdego artysty oraz regresję hedoniczną z ograniczoną liczbą zmiennych. Zgodnie z przewidywaniami, okazało się, że w obu modelach śmierć artysty wpływa pozytywnie na kształtowanie się cen prac. Jakkolwiek, zmienna *status życia* nie była istotna w podejściu uwzględniającym zero-jedynkowe zmienne dotyczące artystów. Z kolei w ogólnym modelu hedonicznym zmienna istotnie wyjaśniała poziom cen dzieł sztuki (Dürr, 2010).

Tabela 5. Badania nad statusem życia artysty

Autorzy i rok badania	Próba	Rezultaty
Anderson (1974)	Dzieła sztuki licytowane od 1780 do 1980 roku	Status życia nie był istotną zmienną dla cen dzieł sztuki.
Buelens i Ginsburgh (1993)	5900 dzieł sztuki wyselekcjonowanych przez Reitlingera z okresu pomiędzy 1700 a 1961 rokiem	Wpływ na cenę informacji, że twórca żył w trakcie sprzedaży – w przypadku impresjonistów i postimpresjonistów negatywny, w przypadku angielskich malarzy – pozytywny.
Agnello i Pierce (1996)	Prace 66 amerykańskich artystów licytowane pomiędzy 1971 a 1992 rokiem	Dzieła sztuki żyjących twórców wiążą się ze wzrostem cen o 154,1%.
Agnello (2002)	Prace 91 amerykańskich artystów, licytowane pomiędzy 1971 a 1996 rokiem	Prace artystów żyjących podczas transakcji były o 21% niższe od dzieł sztuki artystów nieżyjących podczas sprzedaży.
Higgs i Worthington (2005)	Prace 60 australijskich malarzy, licytowane między 1973 a 2003 rokiem (37 605 transakcji)	Prace artystów, którzy nie żyli podczas transakcji były o 1,13% wyższe od prac artystów, którzy żyli podczas aukcji.
Kräussl i Schellart (2007)	Prace 23 znanych niemieckich malarzy, licytowane od stycznia 1986 do listopada 2006 roku	Obrazy zmarłych malarzy były sprzedawane z premią w wysokości 12,7%.
Kräussl i Elsland (2008)	Próba 61 135 transakcji z udziałem dzieł sztuki stworzonych przez 5115 niemieckich artystów w latach 1985–2007.	Niejednoznaczne wnioski – status życia nieistotny w części modeli, w pozostałych – pozytywny efekt dla cen faktu sprzedaży dzieł, gdy twórca nie żył.
Maddison i Pedersen (2008)	Prace 93 duńskich twórców, zmarłych pomiędzy 1983 a 2003 rokiem	Niejednoznaczne wnioski – zmienna <i>dead</i> wskazująca na status życia istotna w jednym modelu (pozytywny efekt dla cen faktu sprzedaży dzieł, gdy twórca nie żył) oraz nieistotna w drugim modelu.
Campos i Barbosa (2009)	Obrazy sztuki latynoamerykańskiej licytowane w Sotheby's pomiędzy 1995 a 2002 rokiem (1640 dzieł)	Niejednoznaczne wnioski – status życia nieistotny w części modeli, w pozostałych – wyższe ceny dzieł twórców nieżyjących w czasie sprzedaży.
Dürr (2010)	Prace 606 artystów licytowane na szwajcarskim rynku aukcyjnym pomiędzy 1993 i 2009 rokiem	Niejednoznaczne wnioski – zmienna odnosząca się do statusu życia istotna w jednym modelu (pozytywny efekt dla cen faktu sprzedaży dzieł, gdy twórca nie żył) oraz nieistotna w drugim modelu.
Taylor i Coleman (2010)	Prace 50 aborygeńskich twórców, licytowane pomiędzy 1982 a 2007 rokiem	Ceny prac zmarłych artystów były o 12,1% wyższe niż twórców żyjących podczas aukcji.
Higgs (2012)	Prace 71 współczesnych artystów z Australii, licytowane pomiędzy 1986 a 2009 rokiem	Prace artystów, którzy nie żyli podczas transakcji były o 1,25% wyższe od prac artystów, którzy żyli podczas aukcji.

Renneboog i Spaenjers (2013)	Prace 4490 artystów licytowane między 1957 a 2007 rokiem (1 088 709 transakcji)	Istotny wzrost cen dzieł sztuki licytowanych po śmierci autora w porównaniu z pracami licytowanymi za życia twórcy.
Kompa i Witkowska (2014)	Prace 750 polskich artystów, licytowane pomiędzy 2007 a 2010 rokiem	Śmierć stanowiła zmienną istotnie kształtującą ceny dzieł sztuki w każdym modelu regresji; śmierć wpływała dodatnio na cenę.
Witkowska i Lucińska (2015)	Prace 22 artystów, których dzieła najczęściej sprzedawano na aukcjach w Polsce w latach 2007–2013	Zmienna <i>nie żył</i> wskazująca na status życia nie była istotną zmienną dla cen dzieł sztuki.
Demir, Gozgor i Sari (2018)	Prace 413 artystów licytowane pomiędzy 1990 a 2016 rokiem na tureckim rynku aukcyjnym	Ceny prac nieżyjących artystów były wyższe o ponad 25% od dzieł sprzedanych za życia twórców.
Shi, Conroy, Mang i Wang (2018)	191 378 transakcji z udziałem dzieł sztuki mających miejsce na chińskim rynku sztuki pomiędzy 2000 a 2015 rokiem	Zmienna <i>deceased</i> wskazująca na status życia nie była istotną zmienną dla cen dzieł sztuki.
Fedderke i Li (2020)	Prace 583 artystów licytowane pomiędzy 2009 a 2014 rokiem na rynku aukcyjnym w RPA	W porównaniu z dziełami sprzedawanymi za życia, prace licytowane pośmiertnie uzyskiwały wyższe ceny.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Badanie przeprowadzone przez Kräussla i Schellarta (2007) również wskazało na pozytywny wpływ faktu, że twórca nie żył w momencie aukcji na ceny licytowanych dzieł. Badanie przeprowadzono na próbie prac znanych niemieckich malarzy. Wyniki badania wskazały, że obrazy twórców nieżyjących w momencie sprzedaży były sprzedawane z premią w wysokości 12,7% w stosunku do obrazów artystów, którzy żyli w czasie sprzedaży (Kräussl i Schellart, 2007).

Kwestia oddziaływania śmierci artysty na ceny dzieł sztuki została uwzględniona w badaniu Taylora i Colemana (2011). Próbę uwzględnioną w badaniu stanowiły transakcje z udziałem dzieł sztuki 50 aborygeńskich artystów, które miały miejsce pomiędzy 1982 a 2007 rokiem. Do modelu wprowadzono zmienną związaną ze statusem życia artysty. Wyniki analizy regresji wskazują, że ceny prac zmarłych artystów osiągały o 12,1% wyższe ceny niż twórców żyjących. Ponadto, na potrzeby analiz autorzy podzielili próbę na dwie grupy według kryterium osiągniętej ceny. Okazało się, że śmierć istotnie wpływa na cenę tylko w odniesieniu do dzieł sztuki osiągających wyższe ceny podczas sprzedaży – skutkuje 18-procentowym wzrostem. Zdaniem autorów, przyczyną zjawiska jest ograniczenie podaży dzieł dostępnych na rynku wywołane śmiercią twórcy.

Znaczenie informacji o tym czy twórca żył czy nie żył podczas aukcji dla determinowania cen jego prac było przedmiotem badań Rennebooga i Spaenjersa (2013). Przeprowadzono je na obszernej próbie transakcji z udziałem prac 4490 artystów, dokonanych między 1957 a 2007 rokiem. Dla lepszego ujęcia efektu, autorzy zbadali grupę artystów reprezentujących ekspresjonizm, minimalizm i sztukę współczesną, spośród których większość była aktywna podczas okresu analizy. Wyniki badań autorów wskazały na istotny wzrost cen dzieł sztuki, które licytowane były po śmierci ich autora.

Kwestia statusu życia artysty została uwzględniona w badaniu Fedderke i Li (2020) na próbie 7553 transakcji z udziałem dzieł sztuki licytowanych na rynku południowoafrykańskim pomiędzy 2009 a 2014 rokiem. Aspekt związany ze śmiercią twórcy uwzględniono poprzez włączenie do modelu regresji zmiennej *Final* oznaczającej ostatni rok działalności artysty. Zmienna przyjmowała dla zmarłych twórców wartość roku śmierci oraz dla żyjących – roku aukcji. Oczekiwano, że negatywna wartość współczynnika będzie świadczyć o premii cenowej, jaką uzyskują dzieła zmarłych twórców stanowiące spuściznę historyczną. W przypadku dodatniej wartości współczynnika oznaczałoby to, że to prace współczesnych artystów wykazują pozytywny związek z ceną. Wyniki badania dowiodły, że istnieje pozytywny efekt cenowy w przypadku dzieł zmarłych twórców w porównaniu z współczesnymi.

Kolejne badanie, dostarczające dowodów na pozytywny wpływ śmierci artysty na ceny dzieł sztuki zostało przeprowadzone przez Demir i in. (2018). Próba badawcza obejmowała transakcje z udziałem dzieł sztuki mające miejsce pomiędzy 1990 a 2016 rokiem na tureckim rynku aukcyjnym. Po śmierci odnotowano wzrost cen o 25,76% w przypadku indeksu skalkulowanego w lirach tureckich i o 26,48% w przypadku kalkulacji w dolarach amerykańskich.

Niektóre z badań z kolei przyniosły niespójne rezultaty w kontekście znaczenia statusu życia artysty dla kształtowania się cen prac jego autorstwa. Buelens i Ginsburgh (1993) ujęli ten aspekt w formie dychotomicznej zmiennej „wpływ życia” przyjmującej wartość 1, jeśli artysta żył w czasie sprzedaży (0 – jeśli nie żył). Autorzy uzyskali odmienne rezultaty w zależności od grupy prac twórców, których poddano analizie – w przypadku angielskich malarzy fakt, że malarz żył w czasie transakcji wiązał się z premią (70%, 47% i 130% w zależności od analizowanego podokresu) w porównaniu z twórcami nieżyjącymi. Zdaniem autorów, to, że prace żyjących malarzy odnosiły lepsze rezultaty może oznaczać, że zmieniły się gusta

nabywców. W innej analizowanej grupie tj. w przypadku prac impresjonistów i postimpresjonistów ceny obrazów wzrastały po śmierci malarzy.

Wyniki badania Camposa i Barbosy (2009) przeprowadzonego na próbie dzieł sztuki latynoamerykańskiej nie przyniosły jednoznacznych wniosków. W przypadku analizowanej próby, 52% artystów nie żyło w trakcie sprzedaży, 48% natomiast żyło. W części modeli zmienna wskazująca na status życia artysty była nieistotna, w innych natomiast wskazano na słaby, pozytywny efekt dla cen faktu, że twórca nie żył (przy poziomie istotności $p=10\%$). Podobnie w badaniu Kräussla i Elslanda (2008) przeprowadzonym na próbie transakcji z udziałem dzieł sztuki niemieckich artystów. W części modeli stwierdzono, że jeśli chodzi o ceny dzieł sztuki, nie ma znaczenia czy prace były sprzedawane pośmiertnie czy za życia artystów – zmienna związana ze statusem życia nie była istotnym czynnikiem w modelu regresji hedonicznej. W pozostałych modelach dowiedziono, że fakt, że twórca żył podczas sprzedaży wpływał na osiągnięte ceny negatywnie. Z kolei w badaniu poświęconym dynamice zmian cen dzieł sztuki po śmierci artysty przeprowadzonym przez Maddisona i Pedersena (2008), autorzy zbadali znaczenie statusu życia artysty, oczekiwanej długości życia (w dalszej części pracy zostaną przedstawione ich wnioski w tym zakresie) oraz lat od momentu śmierci do sprzedaży pracy. W tym celu do analizy regresji hedonicznej wprowadzono zmienne zero-jedynkowe (*dummy variables*). W jednym z dwóch modeli zmienna wskazująca czy transakcja odbyła się pośmiertnie czy za życia artysty była istotna. Zaobserwowano pozytywny wpływ śmierci artysty na ceny.

Pojawiły się również badania dotyczące znaczenia statusu życia artysty dla kształtowania się cen dzieł sztuki, w których dowiedziono, że fakt czy twórca żył czy nie żył w czasie trwania aukcji nie ma wpływu na kształtowanie się cen sprzedawanych prac. Jedno z pierwszych badań, gdzie podjęto kwestię statusu życia twórcy w kontekście kształtowania się cen zostało przeprowadzone przez Andersona (1974). Próbę stanowiły transakcje z udziałem dzieł sztuki mające miejsce pomiędzy 1780 a 1970 rokiem. Uzyskane rezultaty świadczyły o braku istotnego wpływu na ceny dzieł sztuki informacji czy sprzedaż odbyła się za życia, czy po śmierci artysty. Taka konkluzja wynika również m.in. z badania Shi i in. (2018). Wartość współczynnika dla zmiennej wskazującej, że twórca nie żył była ujemna, jednak nieistotna. Konkluzje o braku wpływu statusu życia z punktu widzenia cen płyną także z badania Garay (2019), które zostało przeprowadzone na próbie 5961 transakcji autorstwa 69 wenezuelskich twórców. Wyniki badania wskazały, że chociaż wartość dzieł artystów, którzy żyli w czasie

aukcji była niższa, to współczynnik regresji zmiennej odnoszącej się do statusu życia nie był istotny ($p=0,137$).

Jeśli chodzi o badania polskich autorów, kwestia wpływu śmierci na ceny dzieł sztuki pojawiła się w pracy Kompy i Witkowskiej (2014). Próbę stanowiło 750 prac polskich artystów, wystawianych do sprzedaży na aukcjach w Polsce w latach 2007 – 2010. Celem autorów było skonstruowanie hedonicznego indeksu cen dzieł sztuki. Jedną z wykorzystanych zmiennych była zmienna *Zgon*, określająca czy autor żył w momencie wystawienia obrazu do sprzedaży (wówczas zmienna przyjmowała wartość 0) czy licytacja odbyła się pośmiertnie (wartość 1). Autorzy zbudowali 16 modeli hedonicznych, uwzględniających różny dobór zmiennych, przy czym zmienna *Zgon* została włączona do 11 modeli. W każdym z nich, zmienna okazała się istotnie statystycznie objaśniać kształtowanie się cen dzieł sztuki będących przedmiotem analizy – w każdym przypadku śmierć malarza wpływała dodatnio na cenę dzieła (Kompa i Witkowska, 2014). Odmienne rezultaty uzyskano w badaniu Witkowskiej i Lucińskiej (2015), którego celem było wyznaczenie hedonicznych indeksów cen prac malarzy, których dzieła sprzedawano najczęściej. Do modelu regresji hedonicznej wprowadzono zmienną zero-jedynkową, opisującą fakt, że twórca żył lub nie żył w czasie aukcji. Okazało się, że informacja o tym, czy malarz żył w czasie transakcji, nie wywierała istotnego wpływu na ceny licytowanych prac (Witkowska i Lucińska, 2015).

Podsumowując, większość przeprowadzonych badań wskazuje na pozytywny efekt dla cen faktu, że sprzedaż dzieła miała miejsce pośmiertnie. Przedstawiona w dalszej części pracy analiza badań koncentrowała się natomiast na zmianach cen w okresie bliskim śmierci artysty.

Efekt śmierci do literatury wprowadziły dwa pionierskie badania przeprowadzone przez Agnella i Pierce (1996) oraz Czujack (1997). Autorzy przy okazji konstrukcji hedonicznych indeksów cen dzieł sztuki, odkryli zależność dotyczącą śmierci i poziomu cen. Podczas okresu objętego analizą przez Agnella i Pierce (1996) czterech artystów zmarło, przy czym ośmiu twórców żyło w tym czasie. Rezultaty uzyskanych badań wskazały, że średnie stopy zwrotu z inwestycji w prace autorów zmarłych w analizowanym przedziale czasowym przyjmowały wartości od 10,6% do 17,6% i były wyższe od średniej stopy zwrotu dla całej próby (9%). Badanie po raz pierwszy potwierdziło istnienie „efektu śmierci”, należy jednak zauważyć, że ceny prac autorów żyjących po okresie objętym analizą notowały jeszcze wyższe stopy zwrotu (18%) (Agnello i Pierce, 1996).

Badanie Czujack (1997) z kolei przeprowadzone zostało na próbie prac Pabla Picassa licytowanych pomiędzy 1963 a 1976 rokiem. Autorka postanowiła zestawić hedoniczny indeks cen tych prac z bardziej obszernym indeksem cen skonstruowanym przez de la Barre (1994). Na podstawie uzyskanych wyników analizy regresji zaobserwowano istotny wzrost cen prac następujący w okresie objętym obserwacją (który przypadał na czas bezpośrednio po śmierci Picassa w 1973 roku) w porównaniu z poziomem cen prac na rynku, gdzie nie odnotowano istotnych zmian. Wyniki sugerują, że wzrost cen dzieł sztuki autorstwa Picassa mógł być wynikiem jego niedalekiej śmierci. Również w przypadku tego badania wniosek nie jest jednak jednoznaczny – w okresie od 1982 do 1994 roku (czyli prawie dekadę od śmierci twórcy) ceny prac Picassa osiągnęły jeszcze wyższy wzrost w porównaniu cenami rynkowymi (Czujack, 1997).

Za pierwsze badanie dotyczące „efektu śmierci” przeprowadzone na przekonująco dużej próbie i z uwzględnieniem niezbędnych korekt można uznać badanie Ekelunda, Resslera i Watsona (2000). Autorzy określili „efekt śmierci” jako wzrost wartości dzieł sztuki następujący w czasie bliskim śmierci – niezwłocznie po śmierci artysty (lub bezpośrednio przed nią). Oprócz teoretycznego wkładu w opisanie przyczyn zjawiska, autorzy dokonali empirycznej weryfikacji jego wystąpienia. Dla celów porównawczych, ceny dzieł sztuki uwzględnione w próbie zostały skorygowane o wpływ czynników związanych z rokiem sprzedaży oraz z artystą. Ponadto, oszacowano ceny prac, dokonując korekty ich powierzchni w taki sposób, jakby wszystkie sprzedane prace były tego samego rozmiaru. Wyniki analizy regresji wskazały, że rzeczywiście po śmierci twórcy odnotowano gwałtowny wzrost cen jego prac, jednak efekt oddziaływania był wyłącznie krótkotrwały. Zaobserwowano wzrost średniej skorygowanej ceny prac z 78 499 USD w roku śmierci do 109 013,50 USD rok później (czyli aż o około 38%). Po dwóch latach ceny wciąż były wyższe niż przed śmiercią (średnia wynosiła 97 066,60 USD), jednak niższe w porównaniu z cenami dzieł licytowanych w rok po śmierci. Po czterech latach ceny spadły do poziomu niższego niż osiągały przed śmiercią twórcy (średnia cena wynosiła 70 549,80 USD). Zdaniem autorów, przyczyna wzrostu tkwi w zwiększonym popycie na prace zmarłego artysty – na rok przed śmiercią sprzedano 24 dzieła, w roku śmierci – 38, natomiast rok i dwa lata po zgonie licytowano kolejno 48 i 49 prac (Ekelund i in., 2000).

Poniżej przedstawiono tabelę 6 podsumowującą kluczowe badania związane z „efektem śmierci”.

Tabela 6. Najważniejsze badania związane z „efektem śmierci”

Autor i rok badania	Próba	Rezultaty
Agnello i Pierce (1996)	Prace 66 amerykańskich artystów licytowane pomiędzy 1971 a 1992 rokiem	Wyższa stopa zwrotu w przypadku prac zmarłych artystów w porównaniu z całą próbą (9,3%).
Czujack (1997)	Prace Picassa licytowane pomiędzy 1963 a 1994 rokiem (921 transakcji)	Istotny wzrost cen prac sprzedanych między 1973 a 1976 rokiem (po śmierci Picassa w 1973 roku).
Ekelund, Ressler i Watson (2000)	Prace 21 latynoamerykańskich artystów zmarłych pomiędzy 1977 a 1996 rokiem	Istotny wzrost cen prac po śmierci twórców; następnie spadek do poziomu sprzed śmierci.
Matheson i Baade (2004)	Pamiętki po 13 graczach baseballu należących do <i>Hall of Fame</i> , zmarłych między 1991 a 2001 rokiem	Ceny pamiątek 9 z 13 graczy były istotnie wyższe po śmierci graczy niż za życia.
Maddison i Pedersen (2008)	Prace 93 duńskich twórców, zmarłych pomiędzy 1983 a 2003 rokiem	Ceny prac po śmierci twórców wzrastają istotnie, po czym spadają do poziomu sprzed zgonu.
Piechaczek (2010)	Prace 46 artystów zmarłych pomiędzy 1991 a 2007 rokiem (1112 transakcji mających miejsce na polskim rynku sztuki)	Średnia cena prac artysty po śmierci wzrosła przeciętnie 2,5-krotnie.
Ursprung i Wiermann (2011)	Prace uwzględnione w <i>Hislop's Art Sale Index</i> , licytowane pomiędzy 1980 a 2005 rokiem	„Efekt śmierci” osiąga największy poziom dla artystów zmarłych pomiędzy 83 a 88 rokiem życia; wynosi od 5 – 10%.
Seçkin i Atukeren (2011)	Prace tureckich artystów licytowane pomiędzy 2005 a 2008 rokiem	Istotnie wyższe ceny dzieł sztuki twórców zmarłych na 12 miesięcy przed aukcją w porównaniu z pracami żyjących twórców bądź zmarłych wcześniej.
Frick i Knebel (2014)	Prace 560 artystów (265 000 transakcji), których nazwiska pojawiły się w „Capital Kunstkompass” lub „Artcyclopedii”	Gwałtowne zwiększenie poziomu cen na około cztery lata po śmierci artysty (następnie spadek cen do poziomu sprzed zgonu).
Etro i Stepanova (2015)	Prace francuskich artystów licytowanych podczas <i>Ancien régime</i>	Istotny wzrost cen prac sprzedanych w okresie 1 – 2 lat po tym, jak artysta umarł.
Ekelund, Jackson i Tollison (2017)	Prace 48 amerykańskich artystów oferowanych do sprzedaży pomiędzy 1987 a 2013 rokiem (13 991 transakcji)	Wzrost cen dzieł sztuki w okresie bezpośrednio poprzedzającym śmierć, jak i następującym bezpośrednio po niej.
Szyska i Białowąt (2018)	1142 pary transakcji z udziałem dzieł sztuki licytowane w Polsce pomiędzy 1989 a 2012 rokiem	Artyści zmarli pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą – najwyższy odsetek dzieł sztuki odnotował wzrost cen pomiędzy pierwszą i drugą sprzedażą.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Niektórzy badacze analizowali czas oddziaływania „efektu śmierci” na ceny dzieł licytowanych na rynku sztuki. Wyniki uzyskane przez Maddisona i Pedersena (2008) wskazały na istnienie istotnego wzrostu cen dzieł sztuki po śmierci twórców, jednak efekt ten był wyłącznie krótkotrwały – z upływem lat pomiędzy transakcją a śmiercią ceny prac znacząco spadały (Maddison i Pedersen, 2008).

Występowanie „efektu śmierci” zostało zweryfikowane w badaniu Seçkina i Atukerena (2011) na próbie prac namalowanych przez tureckich artystów. Wykorzystano próbę 11 212 transakcji przeprowadzonych pomiędzy 2005 a 2008 rokiem. Autorzy zmierzli efekt na dwa sposoby – zarówno w odniesieniu do cen prac, jak i uzyskiwanych stóp zwrotu. Punktem wyjścia dla rozważań autorów było sprawdzenie czy ceny sprzedaży dzieł artystów zmarłych określoną liczbę miesięcy lub lat przed aukcją, różnią się od pozostałych. W badaniu uwzględniono dwie perspektywy czasowe. Jedna obejmowała okres, w którym śmierć miała miejsce na 12 miesięcy przed licytacją, dzięki czemu możliwe było zbadanie bezpośredniego, natychmiastowego wpływu śmierci. Do tej grupy zakwalifikowano 15 twórców, co stanowiło zaledwie 1,43% całej próby. Kolejna perspektywa czasowa sięgała 5-letniego horyzontu czasowego, dzielącego sprzedaż od śmierci twórcy (17 artystów w próbie). Uzyskane rezultaty wskazały na istnienie „efektu śmierci” zarówno w odniesieniu do cen, jak i stóp procentowych. Odnotowano, że ceny dzieł sztuki twórców zmarłych na 12 miesięcy przed aukcją są istotnie wyższe od pozostałych. Nie zaobserwowano takiej zależności w odniesieniu do sprzedaży mających miejsce 5 lat od momentu śmierci artysty. Oznacza to, że w odniesieniu do analizowanej próby, „efekt śmierci” jest zjawiskiem krótkotrwałym. Ponadto, dowiedziono, że istnieje wyższe prawdopodobieństwo sprzedaży prac autorstwa twórców zmarłych w ciągu roku przed aukcją (Seçkin i Atukeren, 2011).

Jedno z najbardziej wnikliwych badań poświęconych „efektowi śmierci” zostało przeprowadzone przez Ekelunda i in. (2017). Autorzy w swoim badaniu na próbie dzieł sztuki 48 amerykańskich artystów podjęli dyskusję dotyczącą sposobów wyjaśnienia „efektu śmierci”. Badając „efekt śmierci” i testując zasadność tłumaczenia tego fenomenu przypuszczeniem Coase’a autorzy przeprowadzili analizę cen przedśmiertnych, cen dzieł w okresie śmierci i po nim. W swoich badaniach skupili się na próbie 13 991 transakcji z udziałem dzieł sztuki oferowanych do sprzedaży pomiędzy 1987 a 2013 rokiem. Stworzyli dwa modele, które pozwoliły im na wyróżnienie „efektu śmierci”.

Pierwszy model dany był wzorem:

$$\ln P_{im} = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j X_{ijm} + \gamma_1 YAD_{im}^2 + \gamma_2 DD_m + \gamma_3 (DD * YAD^2)_{im} + \varepsilon_{im}$$

Drugi natomiast przyjmował postać:

$$\ln P_{im} = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j X_{ijm} + \gamma_1 YTD_{im} + \gamma_2 DD_m + \gamma_3 YAD_{im} + \varepsilon_{im}$$

przy czym:

$\ln P_{im}$ – logarytm naturalny ceny i -tego dzieła sztuki sprzedanego na aukcji przez m -tego artystę ($i=1, \dots, n_m$; $m=1, \dots, M$);

$X_{ijm} - j$ ($j=1, \dots, k$) charakterystyki i -tego dzieła m -tego artysty;

YAD_{im} – zmienna obliczona jako różnica roku sprzedaży i -tego dzieła m -tego artysty i roku śmierci m -tego artysty;

DD_m – zmienna wskazująca czy twórca żył czy nie żył podczas transakcji (status życia), która przyjmowała wartość 1 jeśli nie żył i 0 w przeciwnym wypadku;

YTD_{im} – zmienna obliczona jako różnica roku śmierci m -tego artysty i roku sprzedaży i -tego dzieła m -tego artysty w przypadku, gdy śmierć nastąpiła później niż sprzedaż; 0 w przeciwnym wypadku.

Chcąc zaobserwować wpływ antycypacji śmierci twórcy na uzyskiwane przez niego ceny, autorzy odnieśli się do wartości γ_1 (zmienna DD przyjmowała wartość 0 dla lat przed śmiercią). Wartości współczynników okazały się być statystycznie istotne i ujemne zarówno w modelu kalkulacji cen młotkowych jak i tych uwzględniających premię (kolejno -0,003 i -0,0028). Wraz ze zbliżaniem się śmierci można było oczekiwać wzrostu cen dzieł sztuki. Współczynnik wskazujący na zmianę cen w roku śmierci nie był istotny. Po śmierci natomiast również zaobserwowano wzrost cen – współczynnik dla modelu cen z premią wyniósł 0,0014. Tym samym, wynik ten wskazuje, że po pośmiertnym wzroście cen nie nastąpił ich spadek, ale przeciwnie – można było się spodziewać ich dalszego wzrostu. Drugi model potwierdził zidentyfikowane zależności – uzyskane współczynniki regresji świadczyły zarówno o wzroście cen w obliczu nadchodzącej śmierci twórcy, jak i wzroście cen następującym bezpośrednio po śmierci. Inne wnioski płyną jednak z analizy cen w roku śmierci artysty – w tym przypadku drugi model dostarczył dowodów na występowanie spadku cen o 26%.

W odniesieniu do występowania „efektu śmierci” na polskim rynku aukcyjnym powstało jak dotąd niewiele badań. Piechaczek (2010) analizowała ceny dzieł 46 twórców zmarłych

między 1991 a 2007 rokiem – próbie stanowiło 1112 transakcji mających miejsce na polskim rynku aukcyjnym. Uzyskane rezultaty dowiodły, że średnie ceny dzieł sztuki licytowane pośmiertnie były przeciętnie 2,5 razy wyższe od średnich cen przed śmiercią. Temu wzrostowi towarzyszył również wzrost wolumenu sprzedanych prac, który zwiększył się 2,3-krotnie. W rezultacie, aż 90% obrotów zostało wypracowanych po śmierci twórców. Inne badanie odnoszące się do polskiego rynku aukcyjnego zostało przeprowadzone przez Szyszkę i Białowąsa (2019). Autorzy przeprowadzili badanie na próbie par transakcji z udziałem dzieł sztuki będących przedmiotem obrotu pomiędzy 1989 a 2012 rokiem na rynku sztuki w Polsce. Autorzy wyszczególnili trzy grupy artystów – nieżyjących podczas obu sprzedaży, żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej oraz żyjących w czasie trwania obu sprzedaży. W tak wyróżnionych grupach autorzy porównywali ceny pomiędzy pierwszą i drugą sprzedażą (zarówno ceny rzeczywiste, jak i procentowe zmiany cen). Okazało się, że w przypadku prac twórców zmarłych przed drugą aukcją – będących najbardziej interesującą grupą z punktu widzenia analizowanego problemu – zaobserwowano najwyższy odsetek prac, który odnotował wzrost pomiędzy pierwszą i drugą sprzedażą. Test istotności różnic cen pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą wskazał na największą wielkość efektu w przypadku zmian cen w grupie artystów zmarłych pomiędzy obiema licytacjami.

Kwestia znaczenia śmierci artysty była podejmowana również w odniesieniu do innych branż z sektora kreatywnego. Renard i Gretz (2019) skupili się na branży muzycznej i przeprowadzili badanie dotyczące wpływu śmierci artysty na sprzedaż albumów. Autorzy dowiedli występowania gwałtownego wzrostu konsumpcji muzyki po śmierci artysty. Wskazali również, że sprzedaż pośmiertna nie wraca do poziomu sprzed śmierci – rok po śmierci dzienna sprzedaż albumów była o 15,24% wyższa niż przed śmiercią.

Inne badanie, którego zakres wykraczał poza sztukę, w którym śmierć artysty okazała się być wartą zbadania kwestią zostało przeprowadzone przez Brandes, Nüesch i Franck (2016). Również w tym przypadku autorzy skupili się na branży muzycznej – próbie stanowiło 446 albumów muzycznych autorstwa 77 muzyków, którzy zmarli pomiędzy 1992 a 2010 rokiem. Dowiedziono, że sprzedaż książek, płyt DVD i albumów muzycznych istotnie wzrasta po śmierci artysty. Pośmiertna sprzedaż albumów była wyższa średnio o 54,1%, przy czym wyższy względny wzrost odnotowywały lepsze albumy artysty. Co ciekawe, wyniki badania ankietowego świadczyły o wzroście sprzedaży albumów dzięki reklamie informacyjnej

przyciągającej nowych zainteresowanych. Wzrost ten nie wynikał tym samym ze wzmożonej aktywności dotychczasowych fanów.

Korzystając z dorobku naukowego podejmującego kwestie śmierci artysty w innych branżach sektora kreatywnego należy mieć na uwadze ich odmienną specyfikę. W przypadku branży muzycznej można porównywać przede wszystkim różnice w poziomie sprzedaży a nie w cenach poszczególnych płyt. Specyfika dzieł sztuki pozwala uczynić przedmiotem badania zmiany cen poszczególnych prac. Z uwagi na mniejszą dostępność zakupu dzieł sztuki wynikającą m.in. z czasu potrzebnego na zorganizowanie aukcji i z ich mniejszej dostępności, trwałość „efektu śmierci” należy oceniać w przypadku różnych branż niezależnie. Można przypuszczać, że reakcja rynku sztuki na śmierć twórcy będzie możliwa do zaobserwowania nie natychmiastowo i przez dłuższy czas.

Badania nad statusem życia artysty stanowią punkt wyjścia w rozważaniach dotyczących „efektu śmierci”, czyli tego jak ceny dzieł sztuki kształtują się w okresie następującym bezpośrednio po śmierci twórcy. Badania te pozwalają wyłącznie na porównanie cen dzieł sztuki artystów żyjących i nieżyjących w czasie trwania transakcji, bez względu na to, ile czasu minęło od śmierci autora do momentu sprzedaży dzieła sztuki. Większość przedstawionych badań wskazuje, że fakt, że twórca nie żył podczas transakcji pozytywnie wpływa na ceny licytowanych prac. Ponadto, część badań podejmujących kwestię śmierci w kontekście cen dzieł sztuki dostarczyło dowodów, że ceny dzieł wzrastają w okresie bliskim śmierci twórcy. Wśród badaczy nie ma jednak zgody, jak długo można oczekiwać wpływu „efektu śmierci” na ceny.

3.2. Hipoteza Coase’a i „efekt nostalgii”

„Efekt śmierci” na rynku sztuki został po raz pierwszy opisany w literaturze przez Ekelunda i in. (2000). Wśród teoretycznych wyjaśnień „efektu śmierci” wskazać można przede wszystkim na dwa główne modele tj. koncepcję odwołującą się do teorii monopolu dóbr trwałego użytku oraz teorię związaną z aktywnością medialną i „efektem nostalgii”. Dotychczasowe prace nad teoretycznym ujęciem zjawiska uzupełnia koncepcja gry różniczkowej Stackelberga, sięgająca również do założeń teorii monopolu. Poniżej przedstawione zostaną poszczególne koncepcje teoretyczne stanowiące wyjaśnienia „efektu śmierci”.

Najbardziej powszechne w literaturze wyjaśnienie „efektu śmierci”, autorstwa Ekelunda i in. (2000), odwołuje się do teorii monopolu dóbr trwałego użytku a dokładniej do hipotezy

Coase'a (*Coase conjecture*). W tej teorii artysta działa jako monopolista w warunkach konkurencji monopolistycznej. Wyjaśnienie zjawiska z wykorzystaniem teorii monopolu odnosi się zasadniczo do popytowej strony rynku. Autorzy wyróżnili szereg czynników mających wpływ na popyt na dzieła sztuki na rynku aukcyjnym, takich jak średnia cena dzieł danego artysty, dochód nabywcy, poziom cen alternatywnych form inwestowania, tymczasowa moda, reklama, oczekiwana cena dzieł w przyszłości czy upodobania konsumentów. Spośród istotnych czynników oddziałujących na kształtowanie się popytu na dzieła sztuki autorzy zwrócili uwagę na kwestię śmierci artysty (Ekelund i in., 2000).

Zjawisko monopolu dóbr trwałego użytku zostało opisane przez Ronalda Coase'a w 1972 r. Autor przedstawił je na przykładzie sprzedaży ziemi. Omawiana teoria zakłada, że monopolista dóbr trwałego użytku dysponuje całkowitymi dostępnymi zasobami ziemi, które są ograniczone. Sprzedaje określoną ilość ziemi na rzecz konsumentów według stawek maksymalizujących jego korzyści. Po sprzedaży tej ilości monopolista może kontynuować sprzedaż pozostałej ziemi, poprawiając swoją pozycję. Takie podejście obniżyłoby wartość ziemi sprzedanej na początku, jednak konsekwencje tego ponieśliby kupujący (Coase, 1972). Tym samym, racjonalni konsumenci nie zdecydują się na zakup dobra po pierwszej ustalonej cenie, ponieważ będą oczekiwać jej obniżenia. Jeśli jednak wszyscy potencjalni nabywcy wstrzymaliby się z zakupem, sytuacja monopolisty byłaby niekorzystna (Jastrzębski i Mroczek, 2014). Zadaniem monopolisty jest więc zapewnienie nabywców, że wartość ich inwestycji nie straci na wartości wskutek sprzedaży ziemi po tańszych cenach. Praktykowanymi rozwiązaniami w przewyżczeniu hipotezy są umowy leasingowe czy umowy z gwarantowanym wykupem (Coase, 1972).

Założenia tej teorii zostały wykorzystane przez autorów koncepcji „efektu śmierci”. Autorzy przyjęli, że popyt oraz krańcowa krzywa przychodów danego artysty jest kształtowana przez szereg czynników, w tym przez oczekiwaną, normalną stopę produkcji. Dodatkowo założono, że dzieła sztuki danego artysty są względem siebie substytucyjne i homogeniczne, natomiast czynnikiem dającym artyście pozycję monopolisty jest jego unikalny styl. W prezentowanym modelu, popyt na dzieła sztuki twórcy zależy *ceteris paribus* od ograniczonej podaży. W toku produkcji, artysta musi rozważyć, jak jego działania na rynku aukcyjnym wpływają na oczekiwania kolekcjonerów względem jego przyszłej aktywności artystycznej. Twórca może nie spełniać oczekiwań konsumentów względem ograniczonej liczby dostępnych na rynku dóbr, poprzez co poziom produkcji może utrzymywać się na poziomie, w którym koszt

marginalny jest równy cenie. Taka sytuacja miałaby miejsce, gdyby artysta nie był w stanie zapewnić kolekcjonerów o liczbie możliwych do nabycia prac. W praktyce, ustalenia umowne zawierane przez twórcę zajmującego pozycję monopolisty dóbr trwałego użytku na rynku sztuki z kolekcjonerami są niedoskonałe. Oznacza to, że kolekcjonerzy nie mają pewności, że artysta nie „zepsuje” rynku poprzez produkcję zbyt dużej liczby dóbr (Ekelund i in., 2000). Innymi słowy, za życia artysta nie ma możliwości wiarygodnego zapewnienia nabywców, że nie obniży wartości dostępnych na rynku dzieł poprzez nadmierne wytwarzanie prac w przyszłości. Mimo że artysta – co do zasady – ma częściową swobodę w ustalaniu cen swoich prac, nie ma jednak możliwości trwałego wpływu na rynek (Ursprung i Wiermann, 2011). Możliwość obniżenia wartości artystycznego dorobku twórcy sprawia, że ceny i stopy zwrotu z inwestycji w dzieła danego artysty utrzymują się na poziomie konkurencyjnym. Ryzyko obniżenia wartości dzieł będzie trwało do momentu śmierci twórcy.

Analizując znaczenie śmierci artysty z punktu widzenia kształtowania się cen jego prac na rynku aukcyjnym należy wskazać, że za życia twórcy, ceny jego dzieł kształtują się poniżej ceny monopolowej. Zgodnie z kluczową hipotezą wyjaśniającą „efekt śmierci”, wzrost popytu i cen dzieł sztuki jest efektem antycypowanej śmierci twórcy. Efekt ten jest wynikiem pewności kolekcjonerów, że wartość dzieł nie ulegnie zmniejszeniu z powodu coraz bardziej obszernego dorobku artysty. Pewność ta zwiększa się u nabywców wraz z wiekiem artysty – wzrastające prawdopodobieństwo śmierci sprawia, że wartość artystyczna dzieł twórcy jest odzwierciedlona w poziomie cen jego prac. Z punktu widzenia kolekcjonerów oznacza to również, że podaż dzieł artysty osiągnie finalny rozmiar w postaci skończonej liczby utworzonych prac. Ekelund i in. (2017) również definiowali „efekt śmierci” jako wzrost cen dzieł sztuki w czasie bliskim śmierci artysty tzn. tuż przed, w czasie śmierci lub bezpośrednio po śmierci. Autorzy zakładali, że spodziewać się można efektu antycypacji, który wyrażałby się poprzez wzrost cen jeszcze za życia artysty, ale w niedługim czasie od jego śmierci. Uważali, że również tę zależność można wyjaśnić za pomocą analogii do teorii monopolu Coase’a.

Mimo że teoria monopolu stanowi najbardziej powszechne wyjaśnienie „efektu śmierci”, należy wskazać pewne ograniczenia w prezentowanym modelu. Ograniczeniem wyjaśnienia omawianej koncepcji z zastosowaniem hipotezy Coase’a jest założenie, że uczestnicy rynku podejmują całkowicie racjonalne decyzje. Jeśli rzeczywiście by tak było, fenomen wzrostu cen następujący po śmierci artysty nie występowałby w praktyce. Wynika to z faktu, że możliwości zysku będą istnieć niezależnie i – zakładając, że rynek jest efektywny – „efekt śmierci” zostałby

wyeliminowany. Aspekty charakterystyczne dla monopolu dóbr trwałego użytku zostałyby ponadto uwzględnione w oczekiwaniach kolekcjonerów. Nie sposób zatem wskazać właściwego wytłumaczenia pojawienia się tego fenomenu za wyjątkiem ograniczenia kosztów informacji wśród uczestników rynku oraz oczywistej trudności dotyczącej precyzyjnego wskazania czasu śmierci artysty. Niebywale trudne jest bowiem dokładne przewidywanie momentu śmierci twórcy. Tym samym, strategia polegająca na nabywaniu dzieł żyjącego artysty i oczekiwaniu na jego śmierć wiązałaby się dla kolekcjonera ze zbytnim ryzykiem (Ekelund i in., 2000).

Ponadto, teoria monopolu dóbr trwałego użytku nie wyjaśnia, dlaczego śmierć artysty powinna skutkować symetryczną reakcją na ceny w czasie następującym po śmierci twórcy. Prezentowana koncepcja nie wskazuje również, dlaczego potencjalnie efekt powinien być identyczny dla wszystkich twórców bez względu na wiek, w którym następuje ich śmierć. Istnieją ponadto wątpliwości dotyczące trwałości omawianego efektu. W badaniu Ekelunda i in. (2000) uzyskano wyniki wskazujące na wystąpienie obniżenia cen dzieł twórcy po pewnym czasie od jego śmierci. Hipoteza autorów dotycząca wyjaśnienia tego stanu rzeczy wskazuje, że efekt ten może być wynikiem wzrostu podaży dzieł na rynku aukcyjnym, spowodowanym zwiększeniem się cen następującym bezpośrednio po śmierci twórcy. W takich przypadkach galerie oraz domy aukcyjne, dostrzegając wzrost cen prac twórcy następujący po jego śmierci, udostępniają zbiory do sprzedaży. Ten następujący po śmierci artysty „efekt podażowy” może wynikać zatem ze zwiększenia ilości dostępnych do kupna prac. Będące tego skutkiem obniżenie wartości dzieł danego twórcy może być jednak wyłącznie krótkotrwałym zjawiskiem – w dłuższej perspektywie obserwuje się bowiem zwiększający się trend, jeśli chodzi o poziom cen prac twórcy po jego śmierci (Ekelund i in., 2000).

Alternatywne wyjaśnienie „efektu śmierci” na rynku aukcyjnym stanowi wzmocniona aktywność mediów następująca w okresie po śmierci artysty powiązana z „efektem nostalgii”. Rola zainteresowania mediów w odniesieniu do pojawienia się na rynku „efektu śmierci” była przedmiotem badania Mathesona i Baade’a (2004). Autorzy zaobserwowali wzrost cen pamiątek (*memorabilia*), który następuje po śmierci znanej osoby i jest efektem zwiększonego zainteresowania mediów wywołanego śmiercią znanej osobistości. Zaobserwowaną zależność określono jako „efekt nostalgii”, który opisuje wpływ wzmocnionej aktywności medialnej w okresie następującym po śmierci rozpoznawalnej osoby publicznej. Założono bowiem, że pojawiające się w mediach informacje dotyczące śmierci danej osoby (takiej jak wybitny

artysta), wywołują jednocześnie większe zainteresowanie samą jednostką, jej życiem oraz dorobkiem. Przyjęto również, że skutkiem „efektu nostalgii” jest wzrost popytu na pamiątki po znanych osobistościach, a w konsekwencji – wzrost ich cen. Jeśli jednak zainteresowanie mediów jest krótkotrwałe, zaobserwować można jedynie gwałtowny wzrost cen następujący bezpośrednio po śmierci jednostki, po czym z biegiem czasu ich wysokość ulega obniżeniu do poziomu sprzed śmierci.

Empirycznej weryfikacji zjawiska autorzy dokonali na przykładzie rynku pamiątek sportowych, wykorzystując próbę pamiątkowych kart baseballowych graczy należących do *Baseball Hall of Fame*. Wśród pamiątek sportowych, autorzy wyróżnili dwa typy dóbr: podpisane przedmioty oraz pamiątkowe karty sportowe. Jeśli chodzi o podpisane przedmioty, można porównać je do dzieł sztuki na rynku aukcyjnym. Autorzy przypuszczali, że w przypadku takich pamiątek ma zastosowanie teoria monopolu dóbr trwałego użytku. Zawodnik zawsze bowiem może podpisać dodatkowe gadżety. Tym samym, ich wartość jest ograniczona prawdopodobieństwem, że gracz zapełni rynek takimi samymi przedmiotami, na których będą się znajdować jego autografy. Podobieństwo do rynku sztuki obejmuje również fakt, że podpisane pamiątki mogą być przedmiotem aukcji internetowych, tak jak dzieła sztuki mogą być licytowane w domach aukcyjnych. Z kolei pamiątkowe karty sportowe są produkowane w ograniczonej ilości przez prywatne firmy. W konsekwencji, sam zawodnik nie ma wpływu na podaż pamiątkowych kart ze swoim wizerunkiem. Oznacza to również, że gracz nie ma możliwości wywierania wpływu na ich cenę.

Do próby wybrano próbę pamiątkowych kart baseballowych, emitowanych od 1948 roku, dla zawodników grających w Major League Baseball, zmarłych pomiędzy 1990 a 2001 rokiem. Wyselekcjonowano 13 graczy, w przypadku których analizie poddano ceny pamiątkowych kart. W celu sprawdzenia zmian cen pamiątek przed i po śmierci zawodnika, dokonano porównania cen uzyskiwanych za pamiątkowe karty na sześć miesięcy przed i sześć miesięcy po tym, jak gracz zmarł. Wyniki uzyskanych badań wskazały na występowanie „efektu nostalgii” dla niepodpisanych pamiątek sportowych. W przypadku cen pamiątek 9 z 13 zawodników odnotowano istotny wzrost (u ośmiu graczy wzrost cen pamiątek osiągnął próg istotności wynoszący 1%) sięgający średnio 13,85%. W przypadku kart sportowych jednego gracza nie zaobserwowano zmiany cen, natomiast w odniesieniu do pamiątek trzech zawodników ceny okazały się być niższe po ich śmierci. Warto jednak podkreślić, że relatywny spadek cen nie był istotny statystycznie. W badaniu zaobserwowano, że „efekt nostalgii” jest

wyłącznie tymczasowym fenomenem. Okazało się, że ceny pamiątek po roku od śmierci zawodnika były niższe od cen kart sportowych sprzedanych na sześć miesięcy bezpośrednio po śmierci zawodnika (wciąż jednak były wyższe o 10,76% od cen kart pamiątkowych sprzed śmierci zawodnika). Po kolejnych sześciu miesiącach ceny notowały ponowny istotny spadek. Jedynie w przypadku dwóch graczy ceny w dalszym ciągu notowały wzrost, chociaż nie były to istotne statystycznie zmiany. „Efekt nostalgii” charakteryzuje się zatem wywołanym zainteresowaniem medialnym tymczasowym wzrostem cenowym (tzw. *nostalgia spike*) danego przedmiotu sprzedanego bezpośrednio po śmierci autora (zawodnika), kończącym się jednak ponownym spadkiem cen do poziomu sprzed śmierci twórcy (gracza). Zdaniem autorów, podobny fenomen można zaobserwować również w odniesieniu do wzrostu cen dzieł sztuki będących przedmiotem obrotu na rynku aukcyjnym po śmierci ich autora.

Warty odnotowania jest również fakt, że w przypadku analizy wzrostu cen pamiątkowych kart baseballowych następującego po śmierci danego gracza, nie ma zastosowania teoria monopolu dóbr trwałego użytku przedstawiona przez Ekelunda i in. (2000). W tym przypadku następujących po śmierci zmian cen nie można wytłumaczyć wyłącznie przyszłym ograniczeniem podaży pamiątek. Podsumowując, zdaniem autorów, zaobserwowane zależności w odniesieniu do pamiątek sportowych znalazłyby przełożenie również w odniesieniu do dzieł sztuki licytowanych na rynku aukcyjnym (Matheson i Baade, 2004).

Kwestia wpływu zainteresowania mediów związanego ze śmiercią artysty na kształtowanie się cen jego prac była przedmiotem badań dalszych badań m.in. autorstwa Fricka i Knebela (2014). W odróżnieniu od pionierskich badań Mathesona i Baade’a (2004) przeprowadzonych na próbie pamiątek sportowych graczy baseballu należących do *Hall of Fame*, autorzy dokonali analizy występowania „efektu nostalgii” na próbie transakcji z udziałem dzieł sztuki. Badanie przeprowadzili w oparciu o próbę 260 000 sprzedaży prac ponad 560 artystów, które były licytowane między 1959 a 2003 rokiem. Wyniki badań Fricka i Knebela (2014) wskazują na występowanie istotnego wzrostu popytu na dzieła sztuki następującego w rok po śmierci twórcy, który utrzymuje się przez okres pięciu lat od momentu zgonu. Wyniki badań dotyczące kształtowania się cen prac nieżyjących twórców okazały się być w części zaskakujące. Uzyskane rezultaty wskazały bowiem, że mimo znacznego wzrostu liczby dzieł będących przedmiotem aukcji po śmierci artystów, ceny uzyskiwane przez te dzieła na licytacjach okazały się być niezmiennie, aż do 4 – 5 lat od momentu zgonu. Badanie Fricka i Knebela (2014) potwierdziło jednak występowanie „efektu nostalgii” na rynku sztuki. Zaobserwowano zależność, zgodnie

z którą ceny prac nieżyjących autorów rosną szybko bezpośrednio po ich śmierci, by ostatecznie notować stopniowy spadek, aż do poziomu sprzed śmierci twórców. Zależność ta stoi w sprzeczności z efektem monopolu dóbr trwałego użytku, będącym najbardziej powszechnym wyjaśnieniem przyczyn zjawiska. Wnioskiem z analizy przeprowadzonej przez autorów jest fakt, że to zainteresowanie mediów odpowiada za pośmiertny wzrost cen prac artystów, ponieważ uwaga mediów wywołana przez informację o śmierci twórcy powoduje wzrost zainteresowania nim samym oraz jego twórczością. Kolejna konkluzja dotyczyła skali występowania omawianego zjawiska. Zgodnie z hipotezą autorów, odkąd rola mediów wzrosła na przestrzeni lat, oczekiwać można, że „efekt nostalgii” będzie bardziej wyraźny w latach 1980 – 1990 w porównaniu z latami 1960 – 1970, gdzie aktywność mediów była znikoma.

Podsumowując, autorzy dowiedli istnienia omawianego zjawiska, jego wyjaśnienia upatrując w związanym ze wzmożoną aktywnością mediów „efekcie nostalgii”. Zaobserwowano wzrost cen po śmierci i – po pewnym czasie – ich spadek do poziomu sprzed zgonu. Rezultaty mogą jednak być zakłócone przez fakt, że autorzy dysponowali wyłącznie danymi dotyczącymi roku śmierci twórców i nie posiadali pełnych informacji na temat konkretnych dat ich zgonów. To oznacza, że w próbie mogły znaleźć się aukcje dotyczące prac artystów, które zostały zakwalifikowane jako dokonane po ich śmierci, podczas gdy w rzeczywistości mogły mieć miejsce za życia autorów (Frick i Knebel, 2014).

Próba opisanie „efektu śmierci” została podjęta również przez Itaya i Ursprung (2016). Autorzy podjęli próbę przedstawienia problemu z perspektywy mikroekonomicznej i rozwinięcia podejścia zaprezentowanego w pionierskim badaniu Ekelunda i in. (2000). Tym samym, punkt wyjścia dla autorów stanowiła teoria monopolu. Omawiana koncepcja odwołuje się jednak w dużej mierze do teorii gier, a szczególnie – modelu przedstawionego przez niemieckiego ekonomistę Heinricha Freiherra von Stackelberga (Itaya i Ursprung, 2016). Różniczkowe modele gry Stackelberga zostały opracowane w celu badania sekwencyjnego lub hierarchicznego podejmowania decyzji w grach niekooperacyjnych w różnych dziedzinach. Omawiany model znalazł szczególne zastosowanie w procesach decyzyjnych charakterystycznych dla łańcuchów dostaw i kanałów marketingowych – m. in. w badaniach konfliktów i problemów koordynacji związanych z inwentaryzacją i polityką produkcji, outsourcingiem, decyzjami o alokacji zasobów i pól, dynamicznymi konkurencyjnymi strategiami reklamowymi i ceną nowych produktów (He, Prasad, Sethi i Gutierrez, 2007).

W przedstawianej koncepcji autorzy nie skupili się zasadniczo na popytowej stronie rynku, jak w przypadku innych czołowych teorii. Przeciwnie – w wyjaśnieniu zjawiska polegającego na wzroście cen dzieł sztuki po śmierci twórcy uwzględnili znaczenie podaży i zaakcentowali interakcję obu czynników. Autorzy koncepcji położyli nacisk na fakt, że w momencie śmierci twórcy produkcja prac zostaje zakończona, co implikuje wśród inwestorów przekonanie, że w przyszłości żadne inne dzieła nie wpłyną na ceny na tym specyficznym rynku, jakim jest rynek sztuki.

Koncepcja przedstawiona przez Itayę i Ursprungą (2016) dotyczy gry różniczkowej Stackelberga pomiędzy artystą, czyli całkowicie racjonalnym i przewidującym leaderem a konsumentami (followerami). Twórca pełniący rolę producenta operującego na rynku konkurencji monopolistycznej wytwarza określoną liczbę prac, współmierną do założonych sobie celów. Artysta posiada na rynku pozycję monopolistyczną za sprawą kolekcjonerów, którzy przywiązują dużą wagę do faktu, że dzieła będące przedmiotem obrotu mogą być bezpośrednio przypisane do danego artysty. Koncepcja zakłada dużą swobodę artysty, jeśli chodzi o możliwość produkcji prac. Celem artysty jako lidera jest maksymalizowanie wypłat – intencje artysty są zatem wyłącznie komercyjne. Cena stanowi odzwierciedlenie wysiłku włożonego przez twórcę w stworzenie dzieła. W różniczkowej grze Stackelberga, grupa kolekcjonerów to finalni konsumenci na rynku aukcyjnym. Nabywcy dzieł sztuki dzielą te same preferencje i posiadają tej samej wysokości przychody. Ponadto, indywidualny kolekcjoner nie ma wpływu na kształtowanie się poziomu cen dzieł sztuki na rynku (nabywcy przyjmują ceny ukształtowane przez rynek), z kolei działanie całej grupy kolekcjonerów może istotnie oddziaływać na ich wysokość. Kolekcjonerzy czerpią natychmiastową użyteczność wynikającą z nabycia dzieła sztuki. W modelu przyjęto, że artysta potencjalnie będzie żył do nieskończoności, jednak istnieje stałe prawdopodobieństwo jego śmierci w każdym momencie.

Ze względu na asymetrię pozycji artysty i kolekcjonerów na rynku, autorzy wykorzystali model równowagi Stackelberga w pętli otwartej (*open-loop Stackelberg equilibrium; OLSE*). Teoria stanowi model interakcji pomiędzy artystą i kolekcjonerami uwzględniający ewentualną śmierć twórcy. Podstawową implikacją przedstawionego modelu OLSE jest fakt, że każdy gracz używa strategii otwartej pętli – przykładowo, gracz może dostosować swoje zachowanie do dominującego stanu układu. W modelu Stackelberga, gra pomiędzy artystą a spektrum kolekcjonerów odbywa się w ramach deterministycznego procesu. Oczekiwania

względem cen nie zależą wyłącznie od stałych zmiennych – w modelu uwzględniono również znaczenie takich aspektów jak zmienność rynkowej ceny dzieł danego artysty lub dorobek artystyczny twórcy będący w posiadaniu kolekcjonerów.

Podstawowe założenie omawianej teorii wyjaśniającej „efekt śmierci” stanowi fakt, że ceny dzieł sztuki rosną w odpowiedzi na losowe wydarzenia, takie jak śmierć artysty. Dzieje się tak ponieważ strategię otwartej pętli pozwalają na przypadkowe zmiany stanu układu. Ponadto, w sytuacji, gdy dochodzi do zmiany stanu układu, informacje są aktualizowane. Oznacza to, że w momencie śmierci twórcy, kolekcjonerzy zmieniają swoje zamiary w oparciu o wszelkie dostępne informacje, podczas gdy artysta jest już nieobecny i nie będzie ponownie aktywny w systemie. Z uwagi na fakt, że śmierć jest nieoczekiwana i niepewna, dotychczasowe kompetencyjne ceny dzieł prac zostają przewyższone przez pseudo-kompetencyjne ceny, które stanowią premię dla nabywców za zakup prac twórcy, który potencjalnie może umrzeć. Innymi słowy, poziom pseudo-kompetencyjnych cen wiąże się pozytywnie z prawdopodobieństwem śmierci. Z drugiej strony oznacza to, że w sytuacji gdy ryzyko śmierci nie występuje, a tym samym jej prawdopodobieństwo jest zmniejszone, pseudo-kompetencyjny poziom cen ulega obniżeniu, aż do poziomu cen kompetencyjnych. Zdaniem autorów, dotychczasowe teorie nie wyjaśniały ewentualności pojawienia się na rynku nieoczekiwanych zdarzeń i informacji m.in. żadna nagła zmiana w produkcji dzieł, ani żaden niespodziewany szok popytowy nie powinna wpływać na oczekiwania nabywców. Uznali, że statyczne podejście zgodne z teorią monopolu nie ma zastosowania w przypadku takich zmian (Itaya i Ursprung, 2016).

3.3. Wiek artysty w momencie śmierci

Badając „efekt śmierci” autorzy koncentrują się na roli, jaką dla pojawienia się tego zjawiska odgrywa wiek twórcy w chwili śmierci. Z przeprowadzonych dotychczas badań nie wynika jednak jednoznacznie, w jaki sposób zmieniają się ceny dzieł sztuki w zależności od tego, w jakim wieku następuje zgon ich twórcy. Kwestia ta została opisana przez Ursprunga i Itayę (2008), którzy zaproponowali mikroekonomiczny model wyjaśniający „efekt śmierci”. Autorzy wskazują, że ponieważ dorobek artysty zwiększa się wraz z upływem życia twórcy, to sprawia, że „efekt śmierci” wiąże się negatywnie z wiekiem, w którym artysta umiera. Nie wynika to jednak z faktu, że śmierć artysty jest bardziej prawdopodobna i mniej nieoczekiwana dla kolekcjonerów od zgonu młodego twórcy. W koncepcji założono bowiem, że naturalny współczynnik śmiertelności jest stały na przestrzeni życia. Zdaniem autorów, dzieje się tak,

ponieważ starsi artyści wyprodukują mniej prac niż młodszy. Kiedy starszy artysta umiera oznacza to relatywnie niewielką różnicę względem oczekiwanego rozmiaru dorobku twórcy, co w konsekwencji implikuje niewielki wzrost cen jego prac. W modelu autorów nie przeprowadzono empirycznej weryfikacji stawianych hipotez. Założono, że „efekt śmierci” wystąpi bez względu na wiek artysty w momencie śmierci – jego wielkość uzależniona jest jednak od tego, kiedy nastąpi zgon. Zgodnie z hipotezą autorów, w odniesieniu do prac młodszych artystów wzrost cen ma być większy niż w przypadku dzieł sztuki starszych twórców (Itaya i Ursprung, 2008).

Znaczenie wieku, w jakim artysta umiera z punktu widzenia pojawienia się „efektu śmierci” było również przedmiotem badania Ursprunga i Wiermanna (2011). Analiza została przeprowadzona w oparciu o dane dotyczące aukcji, podczas których przeprowadzono 435 308 transakcji z udziałem dzieł sztuki pomiędzy 1980 a 2005 rokiem, wyodrębnionych w ramach *Hislop's Art Sale Index*. Autorzy przeprowadzili analizę regresji z wykorzystaniem metody najmniejszych kwadratów oraz analizę regresji kwantylowej. Rezultaty badań Ursprunga i Wiermanna (2011) wskazały, że pomiędzy wiekiem artysty w momencie śmierci a „efektem śmierci” występuje odwrotnie U-kształtna relacja. Oznacza to, że w przypadku grupy artystów przed 60 rokiem życia, śmierć wiąże się z negatywnym „efektem śmierci” i skutkuje obniżeniem się cen prac. Pozytywny „efekt śmierci” występuje natomiast w przypadku starszych artystów. Maksymalny poziom osiąga w sytuacji, gdy twórca umiera pomiędzy 83 a 88 rokiem życia i wiąże się wówczas z 5 – 10% wzrostem cen prac. Z kolei śmierć następująca po 88 roku życia skutkuje ponownym wystąpieniem negatywnego „efektu śmierci” (taki efekt autorzy uzyskali dla dwóch spośród trzech analizowanych prób). Autorzy zaprezentowali możliwy wpływ na przedstawioną zależność reputacji artysty (Ursprung i Wiermann, 2011). Reputację należy uznać za kolejny istotny czynnik wpływający na pojawienie się „efektu śmierci”, z tego względu jej rola zostanie przedstawiona w dalszej części pracy.

„Efekt śmierci” był również przedmiotem badań Etro i Stepanovej (2015). Autorzy w swoim badaniu zweryfikowali hipotezę Ursprunga i Wiermanna (2011), zgodnie z którą „efekt śmierci” osiąga maksymalny poziom dla artystów zmarłych w średnim wieku (ze względu na fakt, że twórca ma ugruntowaną na rynku pozycję, a kolekcjonerzy zyskują pewność względem określonego poziomu artystycznego dzieł artysty). W tej sytuacji nagła śmierć twórcy sprawia, że wielkość jego dorobku będzie mniejsza od oczekiwanej. Autorzy z tego względu założyli, że

„efekt śmierci” będzie negatywny u artystów zmarłych w młodym wieku, u których powyższe warunki nie zostaną spełnione.

W badaniu Etro i Stepanovej (2015) wykorzystano próbę 1336 aukcji przeprowadzonych w Paryżu w czasie *Ancien régime* (tzn. od 1789 do 1796 roku), podczas których dokonano 89 601 sprzedaży dzieł. Przeprowadzono analizę regresji ograniczoną wyłącznie do twórców, którzy zmarli w analizowanym okresie (których to dzieła były sprzedane przed lub po ich śmierci). Ponadto, uwzględniono wiek artysty w momencie zgonu, mierząc liniową, kwadratową oraz sześcienną zależność z omawianym zjawiskiem. W efekcie uzyskano nieliniową, odwrotnie U-kształtną zależność pomiędzy oszacowanym „efektem śmierci” a wiekiem twórcy w momencie śmierci. Wyniki analizy regresji hedonicznej wskazują, że prace sprzedane w okresie 1 – 2 lat po tym, jak artysta zmarł notują istotny wzrost (efektu tego nie uzyskano dla dzieł będących przedmiotem aukcji na 3 – 5 oraz 6 – 10 lat od zgonu). Ponadto, do analizy wprowadzono dodatkową zmienną *D_Dage* stanowiącą interakcję zmiennej wskazującej na wiek artysty w momencie śmierci z zero-jedynkową zmienną odnoszącą się do sprzedaży dzieła w roku lub w czasie 1 – 2 lat od śmierci twórcy. Okazało się, że największy wzrost cen dzieł po śmierci obserwuje się, gdy artysta umiera w wieku około 70 lat. Uzyskane rezultaty były zgodne z wynikami badania przeprowadzonego wcześniej przez Ursprunga i Wiermanna (2011) na próbie prac należących do sztuki nowoczesnej. Jednocześnie, w czasie *Ancien régime* ceny odnotowywały nieciągły wzrost również dla artystów zmarłych w młodym wieku (Etro i Stepanova, 2015).

W badaniu Kräussla (2013) również zweryfikowano zależności pomiędzy następującą bezpośrednio po śmierci twórcy zmianą cen licytowanych dzieł sztuki a wiekiem, w jakim artysta zmarł. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 260 000 transakcji uwzględnionych w indeksie cen *Blouin Art Sales Index* z udziałem prac autorstwa 500 najlepiej sprzedających się autorów. Rezultaty wskazały, że ceny pośmiertnie licytowanych dzieł młodszych artystów rosły istotnie szybciej od cen prac starszych twórców. Innymi słowy, im młodszy artysta, tym oczekiwać można było większej skali „efektu śmierci”. Prace starszych artystów o bardziej uznanym i dojrzałym dorobku były mniej wrażliwe na zmiany cen zarówno przed jak i po śmierci. Przykładowo, ceny prac zmarłego w wieku 27 lat Jeana-Michela Basquiata, wzrosły w ciągu pięciu lat od śmierci o ponad 350% (średnia cena dzieł sztuki autora wynosiła 21 670 USD przed śmiercią, natomiast po śmierci – 72 610 USD) (Kräussl, 2013). Wnioski

płynące z tego badania były zatem sprzeczne z wynikami uzyskanymi przez Ursprunga i Wiermanna (2011) oraz Etro i Stepanovą (2015).

Penasse, Renneboog i Scheinkman (2020) sprawdzali, jakie znaczenie dla cen i wolumenu dzieł dostępnych do sprzedaży ma przedwczesna śmierć artysty. Analizę przeprowadzono na próbie 2236 artystów, spośród których 246 zmarło przedwcześnie (w próbie znalazło się 13 657 transakcji z udziałem dzieł sztuki autorstwa tych artystów). Uznawano, że artysta zmarł przedwcześnie, jeśli śmierć następowała przed 66 rokiem życia. Autorzy dowiedli, że w przypadku przedwczesnej śmierci obserwuje się wzrost cen dzieł sztuki (o 54,7%) i wzrost wolumenu prac na aukcjach (o 63,2%). Ponadto, oczekiwano, że „efekt śmierci” będzie malał wraz z wiekiem, w jakim następuje śmierć artysty – te przypuszczenia zostały potwierdzone. Zdaniem autorów, wyższe ceny dzieł sztuki obserwowane po nieoczekiwanej śmierci są naturalną konsekwencją niższej przyszłej podaży prac w porównaniu z oczekiwaniami. Dzięki teoriom spekulacji bazującym na zmieniających się różnicach przekonań i ograniczeniach krótkiej sprzedaży zakłada się, że niższa podaż skutkować może zarówno wzrostem cen, jak i wzrostem obrotów pośmiertnie licytowanymi dziełami sztuki. Potencjalny przyszły właściciel może mieć bardziej optymistyczne nastawienie wynikające z mniejszej płynności, co dla posiadacza prac czyni opcję sprzedaży bardziej korzystną (Penasse i in., 2020).

Kwestia wieku artysty w momencie śmierci w kontekście cen została podjęta także w badaniu Ekelunda i in. (2017). Autorzy sprawdzali, jakie znaczenie dla cen ma wiek śmierci twórców, wprowadzając do modelu hedonicznego cen zmienną zero-jedynkową, przyjmującą wartość 1 jeśli twórca zmarł przed 70 rokiem życia oraz 0 – gdy zmarł w innym wieku. Badanie zaprojektowane w celu identyfikacji „efektu śmierci” zawierało dwa modele hedoniczne. Zmienna okazała się być istotna w obu z nich i negatywnie oddziaływać na ceny z podobną siłą. Wartość współczynników regresji wskazywała na spadek cen o 96% i 99%. Rezultaty te zdają się potwierdzać wnioski płynące z badania Ursprunga i Wiermanna (2011).

3.4. Reputacja artysty

Pogłębienie badań nad „efektem śmierci” pozwoliło wyróżnić kolejny czynnik mający wpływ na pojawienie się i skalę tego zjawiska – jest nim reputacja artysty. Niezbędne jest określenie, jak to pojęcie było definiowane i mierzone w dotychczasowych badaniach z obszaru sztuki.

Dyskusję warto rozpocząć od próby zdefiniowania reputacji artysty. Reputacja artysty jest „obiektywnym faktem społecznym, dominującą definicją zbiorową opartą na tym, co „wie”

o artyście właściwy krąg odbiorców” (Lang i Lang, 1988, s. 84). W ramach tego konstruktów można wyróżnić dwa główne wymiary – renomę (*renown*) i uznanie (*recognition*). Uznanie odnosi się do wizerunku artysty w ramach tego samego kręgu artystycznego – jest tworzone w toku ocen eksperckich i dyskusji pomiędzy przedstawicielami świata sztuki. Renoma z kolei jest pojęciem wykraczającym poza ramy świata sztuki. Wiąże się z rozgłosem, jaki zapewniają artyście m.in. krytycy czy dealerzy i wskazuje, czy artysta jest znany szerszym kręgom odbiorców (Lang i Lang, 1988).

W literaturze ekonomicznej, reputacja artysty pojawiała się już w początkowych pracach dotyczących inwestycji w sztukę i była uznawana za istotny aspekt kształtujący ceny dzieł sztuki. Anderson (1974) wskazywał, że reputacja artysty – obok wartości artystycznej pracy – jest jednym z dwóch głównych aspektów oddziałujących na cenę dzieła sztuki. Podkreślał także, że reputacja twórcy może się zmieniać na przestrzeni czasu. Jako potencjalne mierniki reputacji autor wskazał na najwyższą odnotowaną cenę danego twórcy lub średnią cenę wszystkich sprzedanych przez niego prac. W badaniu wykorzystano operacjonalizację zmiennej w oparciu o średnią cenę. Zmienna ta okazała się istotnie oddziaływać na ceny sprzedawanych prac. Podobnie Kräussl i Schellart (2007) za miernik reputacji artysty uznali średnią cenę płaconą za jego obrazy. W modelu hedonicznym zmienna ta wyrażona była w postaci logarytmu naturalnego. Badanie dostarczyło dowodów na istotny pozytywny wpływ tak definiowanej reputacji na poziom cen – około 10% logarytmu naturalnego średniej płaconej za dzieła twórcy było dodawane do ceny licytowanego dzieła. Taylor i Coleman (2011) jako wskaźnik reputacji również przyjęli średnią cenę osiągniętą przez artystę podczas poprzednich aukcji. Rezultaty ich badania wskazały, że ceny sprzedawanych prac uwzględniają 9,3% średniej ceny uprzednio licytowanych dzieł.

W badaniu Fraibergera, Sinatry, Rescha, Riedla i Barabásiego (2018) powiązano reputację artysty z prestiżem instytucji, w których wystawiane były jego dzieła. Zaobserwować można obustronną zależność – nie ulega bowiem wątpliwości, że prestiżowe instytucje poszukują cenionych artystów, a ci z kolei szukają dostępu do uznanych instytucji. Istotna w tym kontekście jest sieć wpływów, która odzwierciedla proces przemieszczania się dzieł sztuki pomiędzy instytucjami. Obserwowane efekty sieciowe są decydujące dla kształtowania się reputacji artysty, a także wartości jego prac. W badaniu wyrażono przeciętną reputację artysty jako średni prestiż instytucji, w których odbywały się wystawy prac danego twórcy. Autorzy wyszli z założenia, że reputacja wpływa na wyniki aukcji – pełni kluczową rolę szczególnie

w przypadku obszarów działalności człowieka, w których trudność sprawia obiektywna ocena wydajności. Dla odzwierciedlenia kariery artystycznej twórcy przez pryzmat instytucji, do których mają dostęp, podzielono artystów według średniego prestiżu ich pierwszych pięciu eksponatów. Początkowo dokonano klasyfikacji instytucji pod kątem sieci powiązań, by zidentyfikować najbardziej prestiżowe placówki, które mają dostęp do cenionych artystów (10 najwyższej sklasyfikowanych instytucji cechowało się najwyższymi skumulowanymi wartościami sprzedaży). Artystom przypisano wysoką początkową reputację, jeśli ich prace były wystawiane w 20% instytucji o najwyższym powiązaniu sieciowym, niską natomiast – w sytuacji, gdy dzieła sztuki ich autorstwa były przedstawiane w 40% placówek o najniższym połączeniu z innymi. Następnie porównano poziom aktywności obu grup artystów po 10 latach. Okazało się, że po takim czasie, aż 39% twórców o wysokiej reputacji pozostało aktywnych, z kolei w przypadku twórców o niskiej reputacji – zaledwie 14%. Ponadto, 58,6% artystów o wysokiej początkowej reputacji w dalszym ciągu wystawiało swoje prace w instytucjach o wysokim prestiżu, natomiast w przypadku twórców o niskiej reputacji – zaledwie 10,2%. Początkowa reputacja artysty jest ponadto czynnikiem objaśniającym inne zależności m.in. liczbę wystaw oraz cenę licytowanych dzieł. Bardziej cenieni twórcy mieli więcej wystaw a ceny ich dzieł były średnio wyższe (193 064 USD), od prac mniej uznanych autorów (40 476 USD).

Podsumowując, reputacja w rozumieniu autorów wyraża się poprzez stopień powiązania twórcy z prestiżowymi instytucjami, należącymi do sieci wzajemnych powiązań. W przypadku artystów, u których rozpoczęcie kariery artystycznej następowało poprzez wystawy w cenionych instytucjach zlokalizowanych w centrum sieci obserwowano niższy wskaźnik rezygnacji oraz utrzymywanie statusu. Z drugiej strony – mimo że osoby podejmujące działalność artystyczną poza centrum sieci cechowały się wysokim wskaźnikiem rezygnacji, w sytuacji utrzymania na rynku, stopniowo uzyskiwały coraz większy dostęp do czołowych instytucji (Fraiberger i in., 2018).

Z kolei zdaniem Beckerta i Rössela (2013) reputacja stanowi podstawę do określenia wartości ekonomicznej dzieł sztuki, ponieważ jest traktowana przez inwestorów jako wyraz ich jakości. Źródłem wartości dzieła sztuki lub uznania artysty jest intersubiektywny proces oceny dokonywanej przez ekspertów w dziedzinie sztuki, takich jak właściciele galerii, kuratorzy, krytycy, dealerzy sztuki, dziennikarze i kolekcjonerzy, którzy w toku tej oceny ustalają artystyczną reputację artysty lub dzieła. Potrzeba określenia reputacji artysty wynika

z niepewności, jaką cechuje się rynek sztuki – dzieła sztuki są niezależnymi, indywidualnymi obiektami, których jakość zależy od opinii dotyczących estetyki i których wartość jako aktywa inwestycyjnego jest trudna do oszacowania. Właściwościami wyróżniającymi dzieła sztuki nie są ich materialne atrybuty czy ogólne warunki ekonomiczne, ale raczej symboliczne aspekty związane z uznaniem i reputacją. W badaniu potwierdzono, że reputacja odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu się cen dzieł sztuki. Autorzy zweryfikowali znaczenie tego czynnika w odniesieniu do pierwotnego (galerie) i wtórnego rynku sztuki (aukcje). W przypadku danych pochodzących z galerii sztuki, zauważono, że kluczowa jest ogólna reputacja artysty na przestrzeni kariery. Z kolei w przypadku aukcji istotne są bardziej specyficzne aspekty reputacji. W kontekście reputacji autorzy zwrócili uwagę na kwestię nagród oraz świadomości medialnej (Beckert i Rössel, 2013).

Inne podejście do operacjonalizacji tej zmiennej zaprezentowali Seçkin i Atukeren (2011). Autorzy na podstawie opinii eksperckiej (klasyfikacji Erosoya) przydzielili artystów do grup, wyróżniając najlepszych 500 twórców oraz grupę pozostałych, mniej uznanych twórców.

Pojęcie reputacji w odniesieniu do artystów zostało wykorzystane także w badaniu Canals-Cerdá (2011), w którym sprawdzano, jakie znaczenie ma reputacja twórcy w internecie z punktu widzenia uzyskiwanych wyników rynkowych. Przedmiot analizy stanowiły dane dotyczące aukcji z udziałem dzieł sztuki autorstwa artystów, którzy regularnie wystawiali swoje prace do sprzedaży na stronie eBay. Tym samym, artyści pełnili jednocześnie funkcję sprzedawców (nie byli reprezentowani przez zewnętrzną instytucję). Jako miarę reputacji przyjęto liczbę unikalnych kupujących przed bieżącą aukcją (co może być interpretowane jako miara bazy klientów artysty w serwisie eBay) oraz liczbę pozytywnych i negatywnych informacji zwrotnych od poszczególnych użytkowników (Canals-Cerdá, 2011).

Schönfeld i Reinstaller (2007) z kolei rozpatrywali pojęcie reputacji artysty oraz galerii sztuki w odniesieniu do cen dzieł sztuki w obrocie na pierwotnym rynku. Autorzy wyszli z założenia, że pierwotny rynek dzieł sztuki jest to rynek produktów zróżnicowanych, na którym pośrednicy w handlu dziełami sztuki, tacy jak galerie sztuki, konkurują ze sobą, wykorzystując swoją reputację i reputację artysty jako czynniki determinujące ich zachowanie w ustalaniu cen. Zaakcentowano fakt wzajemnych powiązań i oddziaływań pomiędzy reputacją galerii sztuki i reputacją artysty.

Tabela 7. Wskaźniki reputacji artysty

Autor (rok publikacji)	Wskaźniki reputacji artysty
Anderson (1974)	średnia cena dzieł artysty, cena najdrożej sprzedanego dzieła
Beckert i Rössel (2013)	długość kariery artysty, reputacja galerii, świadomość mediów artystycznych, nagrody i granty oraz informacja czy artysta był profesorem w szkole artystycznej
Canals-Cerdá (2011)	liczba unikalnych kupujących przed bieżącą aukcją – baza klientów artysty w serwisie eBay, liczba pozytywnych i negatywnych informacji zwrotnych od użytkowników
Fraiberger, Sinatra, Resch, Riedl i Barabási (2018)	prestż instytucji, w których odbywają się wystawy dzieł sztuki danego artysty (za wskaźnik wysokiej reputacji uznano wystawy w 20% czołowych instytucji w rankingu dotyczącym sieci powiązań, natomiast za wskaźnik niskiej reputacji – wystawy w 40% najniżej klasyfikowanych placówek)
Ursprung i Wiermann (2011)	wielkość dorobku artystycznego twórcy
Kräussl i Schellart (2007)	średnia cena prac artysty, który stworzył dane
Taylor i Coleman (2011)	dzieło sztuki
Seçkin i Atukeren (2011)	obecność w klasyfikacji artystów w oparciu o opinię eksperta
Penasse, Renneboog i Scheinkman (2020)	odsetek wzmianek o nazwisku każdego artysty w książkach anglojęzycznych zdigitalizowanych przez Google Books

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Reasumując, reputacja zmniejsza nieodłączne ryzyko związane z zakupem dzieł sztuki, usprawniając tym samym funkcjonowanie rynku. Oddziaływanie galerii na reputację artystów odbywa się poprzez szereg mechanizmów. Sygnał dla potencjalnych nabywców i wyraz jakości artystycznej dorobku stanowi sam fakt umieszczenia prac danego artysty w galerii. Jest to jednocześnie komunikat dla twórcy, wskazujący na zaufanie ze strony instytucji. Zadaniem

galerii jest również opracowanie strategii komunikacyjnych dla artystów. Dzieje się to m.in. za sprawą organizacji pokazów sztuki i akcentowaniu obecności artysty w mediach, dzięki czemu uwaga opinii publicznej oraz ekspertów kierowana jest na twórcę. W dłuższej perspektywie celem jest nie tylko pozyskanie jak największej ilości klientów, ale także zbudowanie długotrwałych relacji z ważnymi kolekcjonerami. W ten sposób galeria pośrednio wpływa na reputację artystów, co w dalszej kolejności oddziałuje na zwiększenie cen ich prac (Schönfeld i Reinstaller, 2007).

Warto zauważyć, że reputacja artysty wiąże się również z innymi konstruktami m.in. z pojęciem sławy (*fame*). W badaniu Candeli, Castellaniego, Pattitoniego i Di Lascio (2016) dokonano sprawdzenia zależności pomiędzy sławą i talentem artysty a osiąganymi przychodami. W badaniu zweryfikowano hipotezę, zgodnie z którą wraz ze wzrostem sławy obserwuje się wzrost przychodów. W tym celu odwołano się do kolejnego zbliżonego konstruktu, jakim jest status gwiazdy (*stardom*). Pionierskie badania dotyczące znaczenia posiadania przez artystę statusu gwiazdy w kontekście osiągniętych dochodów zostało z kolei przeprowadzone przez Adlera (1985) (Candela i in., 2016). Interesujący miernik sławy został zaproponowany przez Garcia-Del-Barrio i Pujol (2007) w badaniu nie dotyczącym rynku sztuki, ale przeprowadzonym na próbie hiszpańskich piłkarzy. Popularność piłkarzy została zmierzona za pomocą liczby wyszukiwania wyników nazwisk piłkarzy w wyszukiwarce Google. Pomysł ten został włączony do badań dotyczących rynku sztuki przez Candelę i in. (2016), którzy wskaźnik ten wykorzystali do sprawdzenia odporności metody. Autorzy gromadzili informacje o liczbie wyszukiwań nazwiska artysty wraz ze słowem „art”.

Tabela 7 przedstawia sposoby ujmowania reputacji w badaniach z obszaru sztuki. Jak wynika z przytoczonych publikacji, reputacja jest kategorią szeroko dyskutowaną wśród badaczy. Biorąc pod uwagę zróżnicowanie wskaźników reputacji, należy zauważyć, że jak dotąd nie wypracowano konsensusu w zakresie pomiaru tej zmiennej.

Znaczenie reputacji artysty w kontekście „efektu śmierci” zostało sprawdzone w badaniu Ursprunga i Wiermanna (2011). Autorzy zaobserwowali zależności dotyczące wystąpienia „efektu śmierci” i wieku śmierci artysty. Szukając przyczyn i dokonując dekompozycji zjawiska, uwzględnili w modelu znaczenie dwóch perspektyw – „efektu rzadkości” i „efektu reputacji”. Za pomocą tych czynników autorzy wyjaśnili przyczyny odwrotnie U-kształtnej zależności pomiędzy indukowanymi zmianami poziomu cen prac artysty a wiekiem, w jakim twórca umarł.

Możliwy spadek cen dzieł sztuki w przypadku przedwcześnie zmarłego artysty wynika bowiem z popytu, który jest zależny od reputacji twórcy. Dzieje się tak, ponieważ u progu kariery, początkujący artyści nie cieszą się powszechnym uznaniem wśród potencjalnych nabywców. Niezależnie, kolekcjonerzy, którzy zaznajomią się z dorobkiem i pokładają nadzieje w obiecującym twórcy są skłonni zapłacić relatywnie wysoką cenę za jego dzieła. Oczekują, że z biegiem czasu jego reputacja wzrośnie, a tym samym, początkowo zapłacona cena okaże się uzasadniona. Niemniej, jeśli początkujący twórca przedwcześnie umrze, dorobek, jaki stworzy, może okazać się niewystarczający, by zyskać uznanie wśród kolekcjonerów. W efekcie, pośmiertnie dokonane sprzedaże prac twórcy zmarłego w młodym wieku skutkują niższymi cenami. Opisana tendencja stanowi jeden z dwóch efektów determinujących „efekt śmierci”, czyli niespełnione oczekiwania kolekcjonerów względem reputacji twórcy, wynikające z niewystarczającego rozmiaru dorobku artysty. Kolejnym efektem wpływającym na pośmiertną zmianę cen prac twórcy jest „efekt rzadkości” (*scarcity effect*), który odnosi się do nagłego ograniczenia podaży dzieł artysty. Zgodnie z prawem popytu, istnieje bowiem pozytywny związek pomiędzy poziomem cen prac a ograniczeniem dorobku twórcy.

Ursprung i Wiermann (2011) przedstawili również, w jaki sposób oba efekty oddziałują na ceny dzieł na rynku aukcyjnym, powodując ich wzrost lub spadek. W modelu przyjęto, że ceny dzieł wiążą się z jakością prac postrzeganą przez kolekcjonerów oraz z rzadkością ich występowania na rynku. Te zmienne zostały uwzględnione w modelu w postaci ujemnie nachylonej krzywej popytu. Ponadto, w koncepcji uwzględniono reputację, która również oddziałuje na wystąpienie „efektu śmierci”. Autorzy przyjęli, że w celu zyskania uznania na rynku aukcyjnym, dla artysty niezbędne jest stanie się rozpoznawanym wśród jak największego grona kolekcjonerów, co implikuje, że reputacja twórcy *ceteris paribus* wzrasta wraz z wielkością jego dorobku (Ursprung i Wiermann, 2011). Takie stanowisko zostało zaprezentowane również w badaniach innych autorów, m. in. w badaniu Beckerta i Rössela (2004), którzy dokonali empirycznej weryfikacji tezy, zgodnie z którą istnieje pozytywny związek pomiędzy reputacją oraz wielkością dorobku twórcy (Beckert i Rössel, 2004).

Ursprung i Wiermann (2011), na podstawie przyjętych założeń, dokonali empirycznej weryfikacji zależności pomiędzy „efektem reputacji” i „efektem rzadkości”. W analizie założono, że „efekt reputacji” dominuje nad „efektem rzadkości” w odniesieniu do relatywnie niewielkich rozmiarów portfolio dzieł sztuki. Z kolei odwrotna zależność ma miejsce, jeśli chodzi o dorobek artystyczny dużych rozmiarów budowany na przestrzeni życia twórcy –

wówczas efekt rzadkości może być dominujący. W modelu przyjęto, że twórczość artysty przyrasta w stałym tempie na przestrzeni całej kariery, wobec czego wielkość dorobku może być wyrażona poprzez jego wiek. Założono, że kariera artysty rozpoczyna się w wieku 20 lat, kończy natomiast, kiedy twórca osiąga wiek 89 lat (maksymalny próg, dla którego szacuje się wskaźnik śmiertelności). Z kolei reputacja osiąga swój maksymalny poziom, gdy artysta tworzy przez 50 lat. Rezultaty przeprowadzonych badań dowiodły, że „efekt śmierci” jest negatywny dla twórców poniżej 60 roku życia. Pozytywne wartości osiąga dla artystów powyżej 60 roku życia. Dokonując dekompozycji efektu należy wskazać, że dopóki ceny były kształtowane wyłącznie przez oczekiwaną reputację, „efekt śmierci” był negatywny – stopniowo jednak malał aż do krytycznego poziomu wieku, w którym reputacja twórcy osiągała swoje maksimum (tj. do 70 lat). W sytuacji, gdyby śmierć artysty nastąpiła później niż w wieku najbardziej twórczego okresu, efekt reputacji nie wystąpiłby. Z kolei w przypadku, gdyby cena dzieła zależała wyłącznie od oczekiwanej ograniczonej wielkości portfolio artysty, „efekt śmierci” byłby pozytywny i stopniowo malałby aż do momentu, w którym artysta zakończyłby tworzyć (tj. w wieku 89 lat w przedstawianym przypadku). Zjawisko pośmiertnego wzrostu cen dzieł sztuki stanowi zatem sumę obu zależności.

Podsumowując, zdaniem autorów, „efekt śmierci” jest negatywny (tzn. po śmierci twórcy następuje spadek cen jego prac) w przypadku artystów umierających przedwcześnie. Dzieje się tak, ponieważ osiągnięcie stabilnej reputacji na globalnym rynku aukcyjnym wymaga poświęcenia długiego czasu. W konsekwencji, jeśli obiecującego twórcę spotyka przedwczesna śmierć zanim uda mu się zyskać współmierne do poziomu artystycznego uznanie wśród kolekcjonerów, potencjalni nabywcy nie mają możliwości zakupu dzieła sztuki za cenę odpowiadającą jego jakości artystycznej. W takiej sytuacji, kolekcjonerzy nabyliby pracę, która nie posiada wartości adekwatnej do walorów artystycznych. To z kolei sprawia, że po śmierci autora ceny jego prac spadają. Badania empiryczne autorów wskazują, że „efekt śmierci” zmniejsza się wraz z wiekiem śmierci artysty. Oznacza to, że tradycyjny pozytywny efekt rzadkości odpowiada za zmiany cen prac będących przedmiotem aukcji po śmierci twórcy, ale wyłącznie w przypadku artystów zmarłych w podeszłym wieku i takich, którzy za życia zyskali powszechne uznanie (Ursprung i Wiermann, 2011).

Penasse i in. (2020) poszukując zależności pomiędzy przedwczesną śmiercią a cenami i wolumenem dzieł na rynku uwzględnili również kwestię reputacji. Przypuszczali, że „efekt śmierci” wystąpi głównie w odniesieniu do artystów, którzy już osiągnęli pewien stopień

renomy. Aspekt ten ujęli w postaci zmiennej sława (*fame*), którą zoperacjonalizowali jako odsetek wzmianek nazwiska każdego artysty w książkach anglojęzycznych zdigitalizowanych przez Google Books. W celu weryfikacji wpływu reputacji artysty na zmiany cen, autorzy podzielili próbę artystów na twórców o większej i mniejszej renomie. Uzyskane rezultaty pozwoliły stwierdzić, że pośmiertny wzrost cen i wolumenu prac jest obserwowany szczególnie za sprawą artystów o najlepszej reputacji. W przypadku twórców o nieugruntowanej reputacji nie obserwowano znaczących zmian.

Znaczenie reputacji dla wzrostu cen pamiątek sportowych następującego po śmierci zawodnika było przedmiotem analizy Mathesona i Baade'a (2004) nad „efektem nostalgii”. Zdaniem autorów, przyczyną zjawiska było zwiększone zainteresowanie medialne wokół śmierci danego gracza. Uzyskane rezultaty wskazują, że czynnikiem wpływającym na pojawienie się wzrostu cen pamiątek sportowych może być reputacja zawodnika. Autorzy założyli, że w przypadku bardziej znanych graczy, „efekt nostalgii” będzie osiągał wyższy poziom, ze względu na wzmożoną aktywność mediów wokół śmierci bardziej popularnych osób. Popularność zawodników zmierzono poprzez sprawdzenie, jak szybko udało się im awansować do grona *Hall of Fame* – bardziej znani gracze zostawali przyjmowani w poczet najwybitniejszych szybciej niż ci cieszący się mniejszym uznaniem. W przypadku graczy, których karty sportowe były sprzedawane po istotnie wyższych cenach, średni czas oczekiwania na zaliczenie do grona *Hall of Fame* wynosił 13,6 lat (w przypadku pozostałych – około 24 lat). Uzyskane wyniki wskazują, że im bardziej popularny zawodnik, tym wyższy wzrost cen pamiątek następował po jego śmierci. Analogicznie w przypadku rynku sztuki – można wnioskować, że dzieła sztuki twórców cieszących się większym uznaniem będą po ich śmierci notowały wyższe ceny od mniej znanych artystów (Matheson i Baade, 2004).

Kwestię reputacji artysty uwzględnili w badaniu również Frick i Knebel (2014). W badaniu przeprowadzonym na próbie 260 000 transakcji z udziałem dzieł sztuki namalowanych przez ponad 560 artystów, autorzy wyróżnili dwie grupy – przeciętnych i wybitnych twórców (tj. twórców, których prace zostały włączone do wystawy odbywającej się w 2004 roku w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Berlinie). Autorzy dokonali takiego rozróżnienia, żeby sprawdzić, czy „efekt śmierci” można wytłumaczyć odwołując się do teorii monopolu dóbr trwałego użytku czy do zwiększonej uwagi mediów i związanego z nią „efektu nostalgii”. Gdyby wytłumaczeniem zjawiska był przede wszystkim „efekt nostalgii”, pośmiertne zmiany cen powinny być bardziej wyraźne w przypadku wybitnych twórców, ponieważ oni skupiają

większe zainteresowanie mediów, a tym samym oczekiwać można by ich większego wzrostu. Z kolei, jeśli dominujący miałby być efekt monopolu dóbr trwałego użytku, wzrost cen dzieł sztuki będących przedmiotem aukcji powinien mieć stały charakter bez względu na osiągniętą reputację autorów.

W badaniu zaobserwowano wyraźne różnice w reakcjach rynku względem prac „zwykłych” artystów i „gwiazd”. Wyniki badań świadczyły o wzroście cen prac następującym po śmierci twórcy. W ciągu pierwszych dwóch lat nie obserwowano jednak szczególnych reakcji cen – łagodny wzrost pojawił się dopiero po tym czasie. Gwałtowne zwiększenie poziomu cen nastąpiło natomiast po około czterech latach po śmierci artysty, po czym ceny zanotowały spadek do poziomu sprzed zgonu. W przypadku obu wyróżnionych grup efekt przebiega w podobny sposób – dowiedziono jednak, że „efekt nostalgii” jest 2 – 3 razy większy w przypadku wybitnych twórców. Zdaniem autorów, wynika to z faktu, że uwaga mediów, jaka poświęcona jest śmierci znanej osoby, zwiększa publiczne zainteresowanie tą osobą oraz jej twórczością. Tym samym, autorzy przypuszczali, że w przypadku wyróżniających jednostek efekt będzie bardziej wyraźny – wynika to z faktu, że ludzie szybciej tracą zainteresowanie śmiercią mniej znanych osób (Frick i Knebel, 2014).

Podsumowując, badacze analizujący „efekt śmierci” na rynku sztuki spodziewali się większego pośmiertnego wzrostu cen w przypadku bardziej uznanych artystów. Istotnie, większość badań wskazuje, że reputacja odgrywa istotną rolę w wystąpieniu „efektu śmierci”. Uzasadniano to jednak nie tylko uznaniem artysty, ale wiążącym się z tym większym zainteresowaniem mediów.

3.5. Inne czynniki

Poza zidentyfikowanymi czynnikami związanymi z wiekiem artysty w momencie śmierci czy jego reputacją, autorzy próbowali tłumaczyć „efekt śmierci” odwołując się do innych aspektów. Były to często pojedyncze badania związane m.in. z nagłością śmierci, oczekiwaną długością życia artysty czy jakością artystyczną prac. Poniższa część rozprawy przedstawia przegląd badań w tym zakresie. Warto zwrócić uwagę także na badania z innych dziedzin mogące dostarczyć wskazówek w interpretacji zjawisk na rynku sztuki a także przyjąć szerszą perspektywę poprzez zwrócenie uwagi na czynniki rynkowe.

Spośród innych czynników mogących oddziaływać na pojawienie się „efektu śmierci” na rynku aukcyjnym autorzy sprawdzali znaczenie nagłości śmierci. W badaniu Fricka i Knebela (2014) sprawdzono, czy z punktu widzenia następującego po śmierci artysty wzrostu cen jego

prac, znaczenie ma czy śmierć twórcy nastąpiła nagle czy można się jej było spodziewać wcześniej (m.in. z powodu podeszłego wieku, choroby lub uzależnienia). Zdaniem autorów, starość lub ciężka choroba mogą zwiększyć wartość prac twórców, ponieważ czynniki te zmniejszają oczekiwania nabywców względem przyszłego dorobku. W celu zweryfikowania tej zależności, autorzy skonstruowali model, wyszczególniając przedziały czasowe na dwa i cztery lata przed i po śmierci. Okazało się jednak, że efekt antycypacji odgrywa niewielką rolę w kształtowaniu cen dzieł sztuki – nie odnotowano istotnych różnic pomiędzy cenami prac w grupie artystów zmarłych nagle a tych, których śmierci można było się spodziewać wcześniej (Frick i Knebel, 2014).

Ponadto również w badaniu Kräussla (2013) przyczyną pośmiertnego wzrostu cen dzieł sztuki upatrywano m.in. w fakcie, że śmierć była niespodziewana. Autor analizował ceny, jakie osiągają prace 500 najlepiej sprzedających się artystów, wchodzące w skład indeksu *Blouin Art Sales Index*. Przykładem takiego wzrostu są prace Andy'ego Warhola, zmarłego niespodziewanie w wieku 58 lat wskutek rutynowej operacji woreczka żółciowego (średnia cena jego prac w okresie pięciu lat przed śmiercią kształtowała się na poziomie 39 240 USD, natomiast po śmierci wynosiła 86 200 USD) (Kräussl, 2013).

Penasse i in. (2020) dostarczyli dowodów na występowanie pośmiertnego wzrostu cen i wzrostu wolumenu dzieł dostępnych do sprzedaży. Obserwowany efekt był tym większy, jeśli śmierć nastąpiła nieoczekiwanie. Aby to sprawdzić, z grupy artystów zmarłych przedwcześnie autorzy wyodrębnili twórców zmarłych nagle – na podstawie informacji biograficznych przedwczesną śmierć zakwalifikowano jako nagłą, jeśli nastąpiła wskutek ataku serca, udaru, wypadku, morderstwa, samobójstwa, nagłej choroby czy komplikacji wynikających z operacji. Jeśli uzyskiwano informację, że artysta był poważnie chory lub miał problemy zdrowotne jego śmierć uznawano za antycypowaną. Ceny dzieł sztuki przypadku nieoczekiwanej śmierci wzrastały o 80%, natomiast wolumen sprzedaży o 84%. Należy jednocześnie zauważyć, że artyści zmarli niespodziewanie umierali w młodszym wieku niż artyści zmarli przedwcześnie. W wyjściowej próbie średni wiek artystów zmarłych przedwcześnie to były 54 lata, natomiast w przypadku nagłej śmierci – 50 lat.

Wskazówką do analizy wpływu oczekiwanej bądź nagłej śmierci na poziom cen dzieł sztuki na rynku aukcyjnym mogą być również badania innych dziedzin. Za przykład mogą posłużyć badania dotyczące znaczenia jakie dla kształtowania wartości przedsiębiorstwa ma nieoczekiwana śmierć jego dyrektora (m.in. w wyniku wypadku samochodowego czy ataku

serca). Hayes i Schaefer (1999) odkryli, że w przypadku, gdy zmiana dyrektora zarządzającego (CEO) następowała wskutek podeszłego wieku lub zmiany przedsiębiorstwa dotychczasowego dyrektora, firmy odnotowywały średnią nadwyżkową stopę zwrotu na poziomie -1,5%. Z kolei, w sytuacji, gdy zmiana dyrektora była wywołana nagłą śmiercią dyrektora, nadwyżkowa stopa zwrotu kształtowała się na poziomie 3,8% (Hayes i Schaefer, 1999). Sprzeczne wyniki uzyskano jednak w badaniu Worrell, Davidson III, Chandy i Garrison (1986). W ich próbie nieoczekiwana śmierć dyrektora wiązała się ze spadkiem nadwyżkowej stopy zwrotu o 2,7% w ciągu 7 dni. Podobne badania zostały przeprowadzone przez Johnson, Magee, Nagarajan i Newman (1985) na próbie informacji o 54 nagłych zgonach dyrektorów zarządzających firm. Rezultaty tych analiz z kolei nie wskazały na istotną zmianę w średniej stopie zwrotu. Kwestia wpływu oczekiwanej bądź niespodziewanej śmierci, zarówno w odniesieniu do cen dzieł sztuki po śmierci artysty, jak i wartości przedsiębiorstw po śmierci ich dyrektorów, pozostaje nierozstrzygnięta.

Warto wspomnieć również o badaniu związanym z „efektem śmierci” na rynku sztuki, które zostało przeprowadzone przez Maddison i Pedersen (2008). Pozwoliło ono na wyszczególnienie kolejnego czynnika mogącego oddziaływać na skalę zjawiska. Celem autorów było przedstawienie dynamiki zmian cen prac artystów w okresie następującym po ich śmierci. Założeniem analizy było uznanie, że omawiany efekt pośmiertnego wzrostu cen dzieł sztuki może być spowodowany wzburzeniem ponownego zainteresowania artystą wskutek informacji na temat jego śmierci oraz zmianą w postrzeganiu podaży dostępnych prac. Autorzy skupili się na podażowej stronie zjawiska, wprowadzając pojęcie „oczekiwanej długości życia”. Uznali, że oczekiwana długość życia w momencie sprzedaży dzieła będzie właściwym miernikiem oczekiwań kolekcjonerów względem rozmiarów dorobku danego twórcy. Przyjęto, że ta zmienna powinna znajdować odzwierciedlenie w cenie dzieła. Z perspektywy nabywcy bowiem, im starszy artysta, tym wielkość dorobku artystycznego jest bliska oczekiwanej – można wówczas mówić o lepszych warunkach podażowych. Prezentowane podejście wspierało wyjaśnienie zjawiska za pomocą hipotezy monopolu dóbr trwałego użytku.

Badanie przeprowadzono na próbie transakcji sprzedaży obrazów duńskich artystów współczesnych, zmarłych pomiędzy 1983 a 2003 rokiem. Na potrzeby analizy wprowadzono zmienną „oczekiwana długość życia”. Skonstruowano ją w oparciu o datę urodzenia artysty oraz datę sprzedaży dzieła, które połączono używając statystycznych danych demograficznych

dotyczących Danii. Zmienna przyjmowała wartość 0 dla artystów nieżyjących w momencie transakcji. Najmłodszy artysta w próbie zmarł w wieku 38 lat, natomiast najstarszy – 100 lat. Okazało się, że oczekiwana długość życia w momencie sprzedaży skutkuje istotnym obniżeniem cen prac twórców. Uzyskane rezultaty są zgodne z założeniami teorii monopolu dóbr trwałego użytku. Zdaniem autorów, trudno znaleźć inne wytłumaczenie, dla którego oczekiwana długość życia w momencie sprzedaży mogłaby mieć tak istotne znaczenie dla kolekcjonerów (Maddison i Pedersen, 2008).

Ursprung i Wiermann (2011) przeanalizowali również znaczenie jakości tworzonych dzieł sztuki z punktu widzenia pojawienia się „efektu śmierci”. Dla zbadania wpływu prezentowanych przez artystę walorów artystycznych na kształtowanie się cen prac po jego śmierci, autorzy odwołali się do teorii monopolu. Przyjęto założenie, zgodnie z którym najbardziej wybitni artyści mogą być uważani za producentów działających w warunkach konkurencji monopolistycznej. Ich prace cechują się bowiem unikalnością i wyjątkowością. Z kolei mniej znani twórcy wykonują prace należące do określonego gatunku, które nie posiadają jednak osobliwych cech i którym nie towarzyszy wyróżniająca koncepcja twórcza, odróżniająca dzieła od prac konkurentów. Takich twórców można uznać za producentów-rzemieślników, wytwarzających dzieła w warunkach konkurencji doskonałej. Dzieła sztuki autorstwa najwybitniejszych twórców nie tylko osiągają wyższy poziom od prac o mniejszych walorach artystycznych, ale również cechują się większą wrażliwością na zmiany cen. W analizowanej próbie wyodrębniono trzy grupy artystów – najwybitniejszych, znakomitych i przeciętnych. Oczekiwano pozytywnego związku między indukowaną śmiercią artysty zmianą cen jego prac a ich poziomem artystycznym. Jeśli wyższa wartość artystyczna dzieł sztuki prowadziła do wyższych cen, oznaczałoby to, że „efekt śmierci” jest największy w przypadku prac osiągających najwyższe ceny podczas licytacji.

Z punktu widzenia empirycznej weryfikacji hipotez, omawiana zmienna jest trudna do bezpośredniej obserwacji i autorzy nie zaproponowali sposobu jej pomiaru. Z tego względu wartość artystyczna pracy wskazana jako czynnik determinujący wystąpienie „efektu śmierci” w badaniu została zoperacjonalizowana jako składowa zmiennej dotyczącej reputacji artysty. Zdaniem autorów, reputacja jest bowiem bezpośrednio związana ze zdolnością twórcy do tworzenia rzeczywiście wyjątkowych dzieł. Dzieje się tak za sprawą zależności, zgodnie z którą im bardziej wyróżniająca i nowatorska jest praca, tym większe wzbudzi zainteresowanie i tym więcej informacji na jej temat zostanie wymienionych pomiędzy kluczowymi uczestnikami

rynku. Wartość artystyczna dzieł artysty jest bardziej istotnym komponentem reputacji twórcy niż wielkość jego dorobku. Stopień, w jakim zwiększenie rozmiarów portfolio artysty przekłada się na zyskanie reputacji wśród kolekcjonerów, zmienia się zatem pozytywnie wraz ze zdolnością artysty do tworzenia wybitnych dzieł sztuki.

Wyniki badania opisywanego w poprzedniej części pracy wskazały, że w przypadku dzieł sztuki autorstwa najbardziej wybitnych artystów „efekt śmierci” jest bardziej wyraźny niż jeśli chodzi o dzieła sztuki mniej znanych twórców. Ponadto, dowiedziono, że ceny dzieł sztuki autorstwa mniej twórczych artystów tracą na wartości znacznie szybciej niż prace wybitnych twórców. To wskazuje na fakt, że zmiany w preferencjach i gustach nabywców nie oddziałują negatywnie na prace uznane za szczytowe osiągnięcia danego okresu, nawet jeśli ich styl nie odpowiada aktualnie obowiązującym trendom (Ursprung i Wiermann, 2011).

Sztuka może być traktowana w kategorii aktywa inwestycyjnego, wykorzystywanego do dywersyfikacji portfela inwestycyjnego składającego się również z innego rodzaju aktywów. Tym samym, nie sposób podejść do problemu bez zwrócenia uwagi na szerszy kontekst całego rynku aukcyjnego, czy jeszcze szerszy – rynku finansowego. Niektórzy autorzy wskazują, że sztuka może być właściwym aktywem inwestycyjnym w wyjątkowych warunkach społecznych bądź gospodarczych. Przykładowo, Oosterlinck (2017) wskazała, że dzieła sztuki znacznie przewyższały wszystkie alternatywne inwestycje w okupowanej Francji. Z drugiej strony, badanie Cinefry i in. (2019) dostarczyło dowodów na znaczny wzrost cen prac Miró w latach 2003–2008 (o 150%) oraz ich znaczny spadek w 2009 roku, w czasie trwania światowego kryzysu finansowego.

Podejmując refleksję na temat ewentualnego wpływu warunków na rynku finansowym na występowanie „efektu śmierci”, należy określić czy rynek finansowy i rynek sztuki są ze sobą powiązane. Autorzy nie rozstrzygają tej kwestii jednoznacznie – jedni wskazują na korelację ujemną (Boyer, 2011), inni z kolei dowodzą istnienia pozytywnego związku (Goetzmann, 1993; Goetzmann, Renneboog i Spaenjers, 2011).

Autorzy sprawdzali także czy ceny dzieł sztuki mogą zależeć od warunków makroekonomicznych. Aspekty te w swoim badaniu na próbie prac licytowanych na rynku południowoafrykańskim uwzględnili Fedderke i Li (2020). Autorzy włączyli do modeli regresji takie zmienne jak produkt krajowy brutto (GDP) będący przybliżeniem ogólnego stanu gospodarki RPA, indeks Dow Jones (DJIA), jak i indeks giełdowy Johannesburg Stock Exchange Index (JSE) będące wskaźnikami koniunktury na krajowym i międzynarodowym rynku

finansowym oraz stopę procentową (R) będącą miernikiem w zakresie polityki makroekonomicznej. Ogólnie rzecz biorąc, uzyskano niejednoznaczne wyniki dotyczące wpływu aspektów rynkowych na ceny dzieł sztuki. W odniesieniu do całej próby, niewiele wskaźników okazało się statystycznie istotnych, co mogłoby wskazywać na małe znaczenie czynników ekonomicznych dla rynku sztuki. Istotne efekty uzyskano w przypadku niektórych wskaźników w modelach kalkulowanych dla poszczególnych segmentów rynku.

Kształtowanie się cen dzieł sztuki może zależeć również od zaufania konsumentów i tendencji w zakresie zmian gospodarczych oraz decyzji inwestycyjnych. Włączanie takich czynników do modeli cen może dostarczyć informacji o klimacie inwestycyjnym na rynku sztuki. Dodatkowo, aspekty te pozwalają na obserwację ewentualnych efektów komplementarnych i substytucyjnych względem inwestowania w dzieła sztuki. Seçkin i Atukeren (2011) analizowali takie aspekty jak perspektywy zakupu dóbr trwałego użytku, prawdopodobieństwo zakupu nowego samochodu, zakupu lub budowy domu oraz wzrostu oszczędności. Uzyskane rezultaty świadczyły o wzroście cen na rynku sztuki wraz z rosnącymi oczekiwaniami co do zakupu dóbr trwałych i samochodów. Większemu prawdopodobieństwu budowy domu towarzyszy jednak spadek cen dzieł sztuki, co wskazuje na pojawienie się efektu substytucji. Ceny dzieł sztuki spadają także wraz z rosnącym prawdopodobieństwem zwiększenia oszczędności.

Rola ogólnych czynników związanych z rynkiem sztuki w odniesieniu do pojawienia się „efektu śmierci” jest ledwie zbadana. Kwestia została podjęta w badaniu Kräussla (2013). Uzyskane wyniki wskazały, że ogólne warunki rynkowe panujące na danym rynku aukcyjnym mogą być istotnym czynnikiem z punktu widzenia wystąpienia omawianego efektu. Przykładowo, śmierć Francisa Bacona w 1992 r. (w wieku 82 lat) zbiegła się w czasie z kryzysem rynku sztuki wczesnych lat 90. (Kräussl, 2013). Kryzys ten trwał od 1990 do 1993 roku – ceny licytowanych prac spadły wówczas o 55% (Hernando, 2015). W badaniu okazało się, że na pięć lat przed śmiercią ceny prac uznanego wówczas artysty notowały systematyczny wzrost, osiągając średnią cenę 2 157 530 USD. Po śmierci jednak uległy znacznemu obniżeniu do średniego poziomu 843 950 USD. Analogiczne obserwacje pojawiły się w odniesieniu do prac abstrakcyjnej malarki Joan Mitchell, która zmarła w 1992 roku. Ceny jej prac również były niższe po śmierci, jednak odnotowały relatywnie mniejszy spadek (średnia cena w okresie pięciu lat poprzedzających śmierć wynosiła 121 740 USD, natomiast w czasie pięciu lat po śmierci – 121 470 USD). W przypadku innych autorów zależność była jednak odmienna. Dzieła

sztuki autorstwa Marca Chagalla, zmarłego w 1985 roku, w czasie bańki spekulacyjnej na rynku sztuki uzyskiwały istotnie wyższe ceny po jego śmierci (nastąpił wzrost średnich cen prac licytowanych za życia twórcy z 194 270 USD do 635 920 USD jeśli chodzi o prace sprzedane pośmiertnie). Podobnie w przypadku prac zmarłego w 1988 roku Jeana-Michela Basquiata – średnia cena prac licytowanych na pięć lat przed śmiercią (21 670 USD) wzrosła do 72 610 USD po śmierci (Kräussl, 2013).

Wnioski płynące z przeprowadzonego badania nie pozwalają jednoznacznie rozstrzygnąć, czy z punktu widzenia pojawienia się „efektu śmierci” istotną rolę odgrywają czynniki związane z charakterystyką danego rynku aukcyjnego. Jednocześnie, chociaż nie sposób wykluczyć związku czynników makroekonomicznych z zależnościami obserwowanymi na rynku sztuki, rola tych aspektów dla „efektu śmierci” wydaje się być znikoma.

4. Podstawy metodyczne badania

4.1. Metody statystyczne zastosowane w rozprawie

Ocena zasadności inwestowania w dzieła sztuki rodzi potrzebę szacowania potencjalnych zysków wynikających z lokowania kapitału w ten rodzaj aktywów, a co za tym idzie – konstrukcji indeksów cen. Do głównych motywów opracowywania indeksów cen dzieł sztuki należy potrzeba porównania opłacalności inwestowania w sztukę z innymi formami inwestycji, weryfikacja możliwości obniżenia ryzyka (lub zwiększenia stopy zwrotu) portfela inwestycyjnego w wyniku włączenia do niego dzieł sztuki oraz określenie trendów panujących na rynku sztuki (Kompa i Witkowska, 2015). Trudność metodologiczna związana z szacowaniem opłacalności inwestycji w dzieła sztuki w dużej mierze wynika z ich heterogeniczności (Candela, Figini i Scorcu, 2004). W literaturze wyróżnia się trzy główne metody pozwalające na oszacowanie zwrotu z inwestycji w przedmioty kolekcjonerskie. Do metod tych należą indeksy konstruowane w oparciu o wybrany zestaw obiektów, których ceny są mierzone i uśredniane (koszyki rynkowe), regresja hedoniczna i regresja powtórnej sprzedaży (Burton i Jacobsen, 1999). Pierwsza z metod jest stosowana mniej powszechnie od dwóch pozostałych. Polega na poddaniu ocenie eksperckiej portfolio dzieł sztuki, wybraniu grupy reprezentatywnych dzieł i śledzeniu osiągniętych przez nie cen. W badaniu przeprowadzonym na potrzeby rozprawy wykorzystane zostały dwie pozostałe metody – regresja hedoniczna i regresja powtórnej sprzedaży – i to założeniom tych metod warto poświęcić więcej uwagi. Metodykę pracy uzupełniały ponadto testy istotności różnic służące porównaniom zidentyfikowanych zależności w poszczególnych grupach obserwacji. Stosowanie testów parametrycznych wymaga spełnienia ogólnych założeń, wśród których należy wskazać homogeniczność wariancji w porównywanych grupach czy zgodność obserwacji z rozkładem normalnym (Pallant, 2011). Chociaż niespełnienie założeń w przypadku wystarczająco licznych grup porównawczych nie powinno oddziaływać na wyniki, z uwagi na różną liczebność grup oraz niespełnianie przesłanek do zastosowania testów parametrycznych, w rozprawie wykorzystano ich nieparametryczne odpowiedniki. Do porównań wyników w więcej niż dwóch niezależnych grupach stosowano test Kruskala-Wallisa, w przypadku dwóch grup zależnych natomiast – test rang Wilcoxon.

Miarę wielkości efektu (r) dla testu rang Wilcozona obliczono jako:

$$r = \frac{Z}{\sqrt{N}}$$

gdzie Z jest to wartość statystyki testowej oraz N – liczba obserwacji w dwóch punktach czasowych (Pallant, 2011).

Metoda regresji powtórnej sprzedaży została po raz pierwszy opisana przez Bailey, Mutha i Nourse'a (1963), którzy wykorzystali ją do konstrukcji indeksu cen nieruchomości. Zdaniem badaczy, trudność w oszacowaniu indeksów cen nieruchomości spowodowaną przez jakościowe różnice pomiędzy nimi można wyeliminować, bazując na cenach sprzedaży tej samej nieruchomości w dwóch różnych momentach. Autorzy uznali, że aby obliczyć indeks, relację pomiędzy cenami można ująć w postaci modelu regresji. Tym samym, w kalkulacji uwzględnia się informację o indeksie cen dla wcześniejszych okresów, która wyrażona jest w cenie sprzedaży w późniejszych okresach (Bailey i in., 1963). Model regresji powtórnej sprzedaży zakłada, że cechy nieruchomości – mimo upływu czasu – pozostają w dużej mierze takie same. Oznacza to, że różnica cen identycznych nieruchomości w różnych okresach jest w istocie czystą zmianą poziomu cen. Model regresji ma za zadanie znalezienie takiego zestawu zmian poziomów cen, które najlepiej pasują do zmian poziomów cen sugerowanych przez wszystkie powtarzające się pary sprzedaży (Chau, 2006).

Metoda regresji powtórnej sprzedaży została w dalszej kolejności rozwinięta przez Case'a i Shillera (1989), którzy wykorzystali ją do konstrukcji indeksów cen na rynku nieruchomości. Autorzy określili metodę budowy indeksu cen metodą ważonej powtórnej sprzedaży. Stanowi ona modyfikację metody regresji zaproponowanej przez Bailey i in. (1963). W odróżnieniu od procedury wypracowanej przez Bailey i in. (1963), autorzy uznali, że specyficzny dla nieruchomości składnik zmiany logarytmu ceny prawdopodobnie nie jest homoscedastyczny, ale że wariancja składnika losowego wzrasta wraz z odstępem czasu między poszczególnymi sprzedażami (Case i Shiller, 1989). W niniejszej pracy zastosowano podstawowy model zaproponowany przez Bailey i in. (1963).

Regresja powtórnej sprzedaży wykorzystuje ceny poszczególnych obiektów będących przedmiotem handlu w dwóch różnych punktach w czasie. W przypadku przedmiotów kolekcjonerskich zasadniczo nie obserwuje się zmian cech obiektów w czasie, co eliminuje problem heterogeniczności i sprawia, że regresja powtórnej sprzedaży jest szeroko wykorzystywana również w odniesieniu do cen dzieł sztuki (Ginsburgh, Mei i Moses, 2006).

„Powtórna sprzedaż” występuje więc w sytuacji, gdy to samo dzieło było przedmiotem sprzedaży co najmniej raz. Przyjmuje się założenie, że logarytm naturalny zwrotu z inwestycji w dzieła sztuki składa się z sumy logarytmu naturalnego indeksu cen dzieł sztuki oraz błędu losowego (Mei i Moses, 2002).

Zależność pomiędzy cenami i indeksami w przypadku każdej pary transakcji (i) można przedstawić jako:

$$\frac{P_{it'}}{P_{it}} = \frac{B_{t'}}{B_t} U_{itt'}$$

przy czym:

$P_{it'}$ – średnia cena sprzedaży i -tego dzieła sztuki w okresie t' ;

t – okres pierwszej sprzedaży dla poszczególnych par transakcji;

t' – okres drugiej sprzedaży dla poszczególnych par transakcji ($t' > t$);

$B_t, B_{t'}$ – indeksy cen w czasie t, t' .

Następnie otrzymany model można przedstawić w formie zlogarytmowanej, która przyjmuje następującą postać:

$$\ln P_{it'} - \ln P_{it} = \ln B_{t'} - \ln B_t + \ln U_{itt'}$$

Do estymacji modelu wykorzystuje się regresję liniową (metodę najmniejszych kwadratów).

Indeksy cen natomiast szacuje się z wykorzystaniem funkcji eksponentialnej (Trojanek, 2018).

Metoda porównawcza cen wielokrotnej sprzedaży tego samego dzieła była szeroko stosowana na rynku sztuki m.in. w badaniach Andersona (1974), Baumola (1986), Freya i Pommerehne (1989), Goetzmana (1993), Goetzmana i Spiegela (1995), Locatelli-Biey i Zanolli (1999), Kortewega, Kräussla i Verwijmere (2016), Mei i Moses (2002), Parka, Ju, Liang i Tu (2017), Pesanda (1993) oraz Pesanda i Shum (2008). Podsumowanie wybranych badań z wykorzystaniem regresji powtórnej sprzedaży w odniesieniu do rynku sztuki zawiera tabela 8. Warto podkreślić, że w oparciu o tę metodę skonstruowano indeksy dla rynku sztuki m.in. popularny indeks cen Mei Moses Art Index (obecnie Sotheby's Mei Moses Indices). Do innych indeksów cen powstałych z zastosowaniem tej metody należy Gabrius Index czy indeksy The Art Market Research (Bernaś, 2016).

Tabela 8. Wybrane badania z wykorzystaniem regresji powtórnej sprzedaży dotyczące rynku sztuki

Autor i rok publikacji	Próba	Wynik
Anderson (1974)	Dzieła sztuki licytowane od 1780 do 1980 roku	Średni roczny zwrot wyniósł 3,3%.
Baumol (1986)	640 transakcji z udziałem dzieł sztuki sprzedanych od 1651 do 1986 roku pochodzących z katalogu Reitlingera	Rzeczywisty średni zwrot wyniósł 0,55%.
Frey i Pommerehne (1989)	Dzieła sztuki 800 najbardziej znanych artystów na świecie (nieżyjących)	Średnia stopa zwrotu wyniosła 1,7%.
Pesando (1993)	Odbitki graficzne licytowane w latach 1977–1992	Rzeczywista średnia stopa zwrotu wyniosła 1,5% (poniżej giełdowej stopy zwrotu czy zwrotu z rządowych obligacji).
Locatelli-Biey i Zanola (1999)	1446 pary transakcji z udziałem obrazów licytowanych w latach 1987–1995	Zwrot inwestycji w dzieła sztuki był wyższy od akcji, obligacji rządowych i złota w okresie od 1987 do I semestru 2002 roku i niższy w pozostałych latach.
Mei i Moses (2002)	4896 par transakcji, przy czym 899 par dzieł amerykańskich, 1709 par dzieł impresjonistycznych i 2288 par dzieł „starych mistrzów” licytowanych w okresie 1875–2000	Rzeczywisty średni zwrot z inwestycji w analizowanym okresie wyniósł 4,9%.
Pesando i Shum (2008)	80 214 powtórnych sprzedaży współczesnych odbitek graficznych licytowanych w latach 1977–2004	Rzeczywista stopa zwrotu z inwestycji we współczesne odbitki graficzne wyniosła w analizowanym okresie 1,51%.

Korteweg, Kräussl i Verwijmere (2016)	20 538 dzieł sztuki pochodzących z bazy danych Blouin Art Sales Index (BASI) licytowanych od 1972 do 2010 roku	Skorygowany o kwestię selekcji danych indeks cen dzieł sztuki wskazał na stopę zwrotu w wysokości 6,5%.
Park, Ju, Liang i Tu (2017)	4575 powtórnych sprzedaży (prace kaligraficzne i obrazy) mających miejsce w ośmiu domach aukcyjnych w Chinach w okresie 1994–2012	Zyski z inwestycji w dzieła sztuki i zmienność stóp zwrotu rosłą wraz z horyzontem inwestycyjnym.
Białowąg, Potocki i Rogozińska (2018)	1142 pary transakcji mające miejsce na polskim rynku aukcyjnym pomiędzy 1991 a 2012 rokiem	Indeks sztuki dla polskiego rynku aukcyjnego rósł średnio o 11,19% i 9,8% (średnia arytmetyczna i geometryczna) rocznie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Jeśli chodzi o badania z zastosowaniem regresji powtórnej sprzedaży w odniesieniu do polskiego rynku aukcyjnego należy wskazać pracę Białowąg, Potocki i Rogozińska (2018). Autorzy opracowali indeks dla polskiego rynku sztuki w oparciu o próbę 28 951 transakcji z udziałem dzieł sztuki, które miały miejsce od 1991 do 2012 roku. W bazie transakcji wyodrębniono 1142 dzieła, które były przedmiotem sprzedaży co najmniej raz (co stanowiło 15% wszystkich transakcji dostępnych w bazie).

Regresja powtórnej sprzedaży była wykorzystywana również do kalkulacji zwrotów z inwestycji w inne aktywa alternatywne. Burton i Jacobsen (2001) czy Dimson, Rousseau i Spaenjers (2015) posłużyli się tą metodą do oceny opłacalności inwestycji w wino. Inni autorzy zastosowali tę metodę w odniesieniu do cen takich przedmiotów kolekcjonerskich jak przewodniki Baedeker (Erdos i Ormos, 2012), znaczki pocztowe (Dimson i Spaenjers, 2011) czy wiolonczele (Graddy i Margolis, 2011).

Niewątpliwą zaletą regresji powtórnej sprzedaży jako metody estymacji opłacalności inwestycji w dzieła sztuki jest wykorzystanie jednolitego kryterium porównania określonych obiektów (Cinefra i in., 2019). Ograniczeniem regresji powtórnej sprzedaży jest relatywnie niewielka liczba przypadków poddanych analizie w porównaniu z ogólną liczbą sprzedanych obiektów – z uwagi na ograniczenie próby do obiektów sprzedanych więcej niż raz, metoda nie wykorzystuje całości dostępnych danych. Przeciwnie, z reguły przypadki powtórnych

sprzedaży stanowią niewielki odsetek całej próby (Case i Quigley, 1991; Ginsburgh i in., 2006)³. W przypadku regresji powtórnej sprzedaży można zaobserwować przypadki, kiedy to pierwsza sprzedaż wystąpiła na długo przed drugą, co sprawia, że kalkulacja indeksu powinna obejmować wystarczająco długi okres sprzedaży (sugeruje się, że powinno być to co najmniej 20 lat). Zawężenie liczby analizowanych transakcji skutkuje również trudnością w estymacji indeksów dla poszczególnych rynków, styli w sztuce czy artystów (Ginsburgh i in., 2006). Z problemem selektywności próby wiąże się ponadto kwestia zmiany wielkości indeksu pod wpływem korekty danych – w modelach kalkulacji opartych na metodzie podwójnej sprzedaży każda dodatkowa ilość danych może implikować uwzględnienie w analizie nowych par transakcji. Zasadniczo przyjmuje się, że korekta danych polegająca na dodaniu dodatkowych par transakcji obniża błąd standardowy oszacowań, dzięki czemu indeks jest bardziej precyzyjny (Clapp i Giaccotto, 1999). W przypadku wykorzystania regresji powtórnej sprzedaży do szacowania zwrotów z inwestycji w dzieła sztuki można wyróżnić również błąd selekcji danych. Uwzględnienie w analizie wyłącznie par sprzedaży skutkuje pominięciem m.in. dzieł sprzedanych tylko raz, które nie zyskały uznania po pierwszej sprzedaży. Takie ograniczenie sprawia, że z analizy mogą zostać wyłączone również wybitne dzieła sztuki np. te ofiarowane po pierwszej sprzedaży jako darowizny do muzeów. Biorąc pod uwagę fakt, że ceny dzieł sztuki zależą m.in. od liczby osób chcących je nabyć oraz od zamożności jednostek czy instytucji gotowych je kupić, pary transakcji w regresji powtórnej sprzedaży koncentrują się przede wszystkim na dziełach, które kreują na tyle wysoki popyt, by przyciągnąć wielu chętnych (tj. spełniają przede wszystkim pierwsze kryterium). Tym samym, regresja powtórnej sprzedaży może niewystraszająco ilustrować zmiany cen dzieł sztuki, na które nie ma wysokiego popytu, gdyż domy aukcyjne niechętnie podejmują się sprzedaży takich prac (Goetzmann, 1993). Ponadto, w przypadku niektórych par transakcji uwzględnionych w analizie istnieje ryzyko braku pewności, że obie sprzedaże dotyczyły tego samego dzieła (Cinefra i in., 2019). Szacując opłacalność inwestycji w dzieła sztuki z wykorzystaniem tej metody, należy być świadomym ograniczeń z niej wynikających, dotyczących w dużej mierze ograniczonej próby transakcji.

Kolejną metodą wykorzystaną w rozprawie była analiza regresji hedonicznej. Zdaniem Triplett (1986), metoda ta była wykorzystywana do szacowania cen jeszcze na długo zanim

³ Przykładowo, w badaniu Ashenfelter i Graddy (2003) transakcje powtórne stanowiły nieco ponad 5% wszystkich odnotowanych w okresie analizy, natomiast w badaniu Etro i Stepanovej (2015) – zaledwie 1,5%.

powstały jej teoretyczne ramy. Pierwsze wykorzystanie regresji hedonicznej przypisuje się Haasowi, który w 1922 roku opublikował model wyceny gruntów rolnych. Następnie badania w zbliżonym obszarze przeprowadził również Wallece (1926). Przełomowa okazała się być praca Courta, który zajmował się badaniami dotyczącymi branży samochodowej i jako pierwszy oszacował model ceny będący funkcją atrybutów obiektu, określając go słowem „hedoniczny” (Colwell i Dilmore, 1999). Podstawy teoretyczne metody zostały w dużym stopniu rozwinięte przez Lancastera (1966), który opracował koncepcję zachowań konsumenta, oraz Rosena (1974). W obu podejściach autorzy dążyli do wyceny poszczególnych atrybutów dobra w oparciu o różne produkty i liczbę przypisanych im cech (Chau, 2006).

Podstawowe założenie metody hedonicznej dotyczy zależności ceny dzieła sztuki od jego jakości (*quality*), którą można zoperacjonalizować (Kompa i Witkowska, 2015). Z uwagi na fakt, że większość badań empirycznych bazuje na danych aukcyjnych, źródło informacji o cechach poszczególnych dzieł sztuki stanowią katalogi aukcyjne. Do atrybutów opisujących dzieło zawartych w katalogach należy m. in. imię i nazwisko artysty, wymiary, technika czy informacje o proveniencji dzieła. Wśród innych charakterystyk należy wskazać występowanie sygnatury, tematykę, kolorystykę czy miejsce sprzedaży⁴ (Ginsburgh i in., 2006).

W metodzie regresji hedonicznej do zestawu cech konstytuujących wartość dzieła przypisuje się ceny domyślne poszczególnych atrybutów. Regresja hedoniczna umożliwia niejako wyodrębnienie obserwowalnych cech od dzieł sztuki, dzięki czemu możliwe jest uzyskanie indeksu odzwierciedlającego cenę „standardowego” dzieła (Kompa i Witkowska, 2015; Renneboog i Van Houtte, 2002). Tym samym, punktem wyjścia do estymacji hedonicznego indeksu cen jest założenie, że dzieło sztuki może być opisane za pomocą zestawu charakterystyk. Indeks hedoniczny umożliwia oszacowanie wartości tych atrybutów – zmiennymi objaśniającymi w modelu regresji są więc zmienne opisujące dzieło sztuki, odzwierciedlające zmiany w jego jakości.

Konstrukcja indeksu cen z wykorzystaniem metody hedonicznej rozpoczyna się od wyznaczenia parametrów modelu regresji hedonicznej metodą najmniejszych kwadratów.

⁴ Więcej informacji na temat czynników kształtujących ceny dzieł sztuki znajduje się w rozdziale 2.

Model hedoniczny jest wyrażony w następującej postaci:

$$\ln P_{i,t} = \alpha_0 + \sum_{j=1}^k \alpha_j X_{ij,t} + \sum_{t=1}^{\tau} \beta_t Z_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

przy czym:

$P_{i,t}$ – cena i -tego dzieła sztuki ($i=1, 2, \dots, N$) sprzedanego w okresie t ($t=1, 2, \dots, \tau$);

α_j, β_t – współczynniki regresji (α_j – domyślna cena cechy X_j);

$X_{ij,t}$ – zmienne hedoniczne ($j=1, 2, \dots, k$);

$Z_{i,t}$ – zmienna zero-jedynkowa określająca okres, w jakim nastąpiła sprzedaż (przyjmuje wartość „1”, gdy dzieło zostało sprzedane w okresie t lub wartość „0”, gdy sprzedaż nastąpiła w pozostałych okresach);

$\varepsilon_{i,t}$ – składnik losowy modelu (Kompa i Witkowska, 2014; Witkowska i Lucińska, 2015).

Wskazany model został wykorzystany do wyznaczenia parametrów regresji w badaniu na potrzeby przeprowadzonych analiz.

Procentową różnicę między wartością parametru α_j danej zmiennej a jej wartością referencyjną, przy jednoczesnej kontroli wszystkich innych czynników uwzględnionych w analizie, obliczono jako $\exp^{\alpha_j} - 1$ (Hodgson, 2011).

Jeśli chodzi o zastosowanie regresji hedonicznej w odniesieniu do przedmiotów kolekcjonerskich, zdecydowana większość badań dotyczy dzieł malarskich. W literaturze występują również badania dotyczące rzeźb (Locatelli-Biey i Zanolà, 2002) oraz wiolonczeli (Graddy i Margolis, 2011). Spośród badań dotyczących malarstwa, część skupiała się na szacowaniu cen prac pojedynczych artystów (Czujack, 1997). Zdecydowana większość badań z użyciem regresji hedonicznej dotyczyła wtórnego rynku sztuki, czyli aukcji. Zdarzały się jednak przykłady badań w odniesieniu do cen na rynku pierwotnym. Przykładowo, Rengers i Velthuis (2002) badali determinanty cen dzieł sztuki w holenderskich galeriach, z kolei Etro i Pagani (2012) analizowali wartość zamówień na obrazy dawnych mistrzów w Republice Weneckiej w okresie baroku. Tabela 9 podsumowuje wybrane badania dotyczące rynku sztuki z wykorzystaniem regresji hedonicznej. Badania dotyczące rynku aukcyjnego w wielu przypadkach dotyczyły konstruowania indeksów cen. Autorzy korzystali z metody również w celu oszacowania wpływu różnych aspektów dzieł sztuki na ich ceny m.in. kolorów (Pownall i Graddy, 2016).

Tabela 9. Wybrane badania z wykorzystaniem regresji hedonicznej dotyczące rynku sztuki

Autor i rok publikacji	Próba	Wynik
Buelens i Ginsburgh (1993)	5900 dzieł sztuki wyselekcjonowanych przez Reitlingera (1960, 1970)	W długich okresach (20-40 lat) inwestycje w obrazy przynosiły większe zyski od obligacji, jednak finalny brak opłacalności wynikał głównie z zachowania się cen obrazów angielskich, które stanowiły dużą część próby.
de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994)	I próba: „Wielcy mistrzowie” – obrazy 82 znanych malarzy impresjonistycznych, modernistycznych i współczesnych licytowane w latach 1962–1991 (24 540 transakcji) II próba: „Pozostali” – obrazy przypadkowo wybranych artystów z tego samego katalogu (Mayer) nienależących do 1 grupy (6410 transakcji)	Ceny obrazów „Wielkich mistrzów” rosły znacznie szybciej niż ceny dzieł „Pozostałych malarzy”; w latach 1980–1991 ceny wzrastały znacznie szybciej niż w pierwszym podokresie (1962–1979).
Chanel, Gérard-Varet i Ginsburgh (1996)	Dzieła sztuki wyselekcjonowane przez Reitlingera (1960, 1970) autorstwa 46 artystów urodzonych po 1830 roku, których aukcje odnotowano pomiędzy 1855 a 1970 rokiem (1900 transakcji)	Regresja hedoniczna okazała się bardziej trafną metodą szacowania cen dzieł sztuki od metod opartych na powtórnych sprzedażach.
Czujack (1997)	Prace Picassa będące przedmiotem aukcji pomiędzy 1963 a 1994 rokiem	Ceny obrazów Picassa wzrastały w szybszym tempie niż ceny rynkowe, a w momencie, gdy rynek nie wykazywał żadnych zmian (w latach 1973-1976) obserwowano wzrost cen.

Renneboog i Van Houtte (2002)	10 500 transakcji z udziałem dzieł belgijskiej sztuki powstałych w okresie 1970-1997	Inwestycje w dzieła sztuki osiągają gorsze wyniki od innych inwestycji kapitałowych z uwagi na wysokie ryzyko, koszty transakcyjne, zyski kapitałowe, prawa do odsprzedaży oraz koszty ubezpieczenia.
Rengers i Velthuis (2002)	Ceny ponad 16 000 dzieł sztuki (autorstwa ponad 2400 artystów) sprzedanych w latach 1992-1998 w ponad 230 holenderskich galeriach	Liczba sprzedanych dzieł miała istotny, pozytywny wpływ na cenę; różnice w cenach dzieł różnych artystów nie zależały od wielkości tych dzieł.
Higgs i Worthington (2005)	Obrazy 60 rozpoznawanych australijskich artystów sprzedawane na aukcjach w latach 1973 do 2003 (37 605 transakcje)	Zwrot z inwestycji w dzieła sztuki w analizowanym okresie wyniósł 7% ($SD=16\%$).
Kräussl i Schellart (2007)	1688 transakcji z udziałem dzieł sztuki 23 znaczących niemieckich malarzy mających miejsce w okresie od stycznia 1986 do listopada 2006 roku	Zwrot z inwestycji w dzieła znaczących niemieckich malarzy w analizowanym okresie wyniósł 1,6%.
Kräussl i van Elsland (2008)	Dzieła sztuki 5115 niemieckich artystów utworzonych w okresie 1985–2007 (61 135 transakcji)	Zwrot z inwestycji w dzieła sztuki niemieckich twórców w analizowanym okresie wyniósł 3,8% ($SD=17,87\%$).
Hodgson (2011)	Obrazy francuskojęzycznych malarzy kanadyjskich licytowane od 1968 do 2005 roku	Średni rzeczywisty zwrot z inwestycji na rynku sztuki w okresie od 1968 do 2005 roku wynosił 4,34% ($SD=15,49\%$).
Higgs (2012)	Dzieła sztuki 71 wiodących australijskich artystów licytowane od 1986 do 2009 roku (64 203 transakcji)	Średnia stopa zwrotu z inwestycji w dzieła sztuki (1,1731%) była niższa niż na giełdzie (1,5380%) oraz niższa niż na rynku mieszkaniowym (1,8550%).

Etro i Pagani (2012)	Informacje dotyczące 254 obrazów olejnych wykonanych w latach 1551-1746 przez 61 artystów działających w Wenecji	Pozytywna zależność między ceną dzieła a wielkością obrazu czy liczbą przedstawionych postaci.
Etro i Stepanova (2013)	Obrazy autorstwa malarzy niderlandzkich i flamandzkich pochodzące ze źródeł centrum badań Frick Collection i Getty Research Institute	Istnieje związek między ceną dzieła sztuki, a jego cechami, cechami autora, właściciela, jak również kupującego.
Bocart i Hafner (2015)	Obrazy 40 artystów, którzy mieli największy wolumen sprzedaży na aukcjach w 2008 oraz 2009 roku, pochodzące z baz danych Artnet i Tutela Capital, sprzedane na aukcjach w okresie od stycznia 2000 do maja 2012 roku (12 643 obrazy)	Średni roczny zwrot w analizowanym okresie oszacowany metodą największej wiarygodności (MLE) oraz metodą OLS wyniósł kolejno 5% i 3,5%.
Etro i Stepanova (2015)	Transakcje z udziałem dzieł sztuki pochodzące z katalogów Getty Research Institute, które odbyły się w Paryżu między okresem rokoka a wczesnym romantyzmem.	Kształtowanie się cen w analizowanym okresie przybrało odwrotnie U-kształtny charakter – w pierwszej połowie analizowanego okresu zaobserwowano delikatny wzrost, natomiast w drugiej – spadek cen.
Kräussl (2015)	3 544 obrazów autorstwa 663 artystów z regionu MENA (Bliski Wschód i Północna Afryka)	W przypadku dzieł sztuki artystów w okresie od 2000 do 2012 roku zaobserwowano roczny zwrot w wysokości 13,9%.
Pownall i Graddy (2016)	Odbitki graficzne współczesnych prac Andy'ego Warhola licytowane w 2012 roku	Intensywność barw dzieła sztuki wpływa na jego cenę – kolory o większym nasyceniu (ciemne) wiążą się ze wzrostem cen prac.
Etro i Stepanova (2017)	Obrazy licytowane na aukcjach w Londynie w latach 1780–1840 (ponad 200 000 sprzedaży)	Obrazy brytyjskie przynosiły wyższy zwrot z inwestycji w porównaniu z obrazami importowanymi.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury

Badania z wykorzystaniem metody regresji hedonicznej zostały również przeprowadzone w odniesieniu do polskiego rynku aukcyjnego. Kompa i Witkowska (2014) wykorzystali tę metodę w celu konstrukcji indeksu malarstwa polskiego dotyczącego dzieł sztuki najbardziej popularnych artystów na rynku sztuki w Polsce. Próbkę w badaniu stanowiły dzieła sztuki 11 twórców, których prace najczęściej pojawiały się na aukcjach w latach 2007–2010. Badania z wykorzystaniem metody hedonicznej w odniesieniu do polskiego rynku aukcyjnego zostały również przeprowadzone przez Lucińską (2015). Autorka analizowała ceny dzieł sztuki 60 znaczących polskich malarzy, których prace licytowane były od 2007 do 2010 roku (Lucińska, 2015). Witkowska i Lucińska (2015) z kolei poddały analizie 2224 obrazy licytowane w polskich domach aukcyjnych w latach 2007–2013 autorstwa 22 artystów, którzy sprzedali największą liczbę prac (Witkowska i Lucińska, 2015). Witkowska (2016) z kolei przeprowadziła badanie na próbie prac 17 twórców z największą liczbą sprzedanych dzieł, które były licytowane od 2007 do 2013 roku (Witkowska, 2016).

Regresja hedoniczna znajduje szerokie zastosowanie w wielu innych obszarach. Badacze korzystają z tej metody do określania cen nieruchomości. Znane są również zastosowania regresji hedonicznej w odniesieniu do szacowania cen komputerów (Fouto, De Angelo i Luppe 2009; Pakes, 2002), samochodów (McCormack, 2015) czy wina (Benfratello, Piacenza i Sacchetto, 2015; Costanigro, McCluskey i Mittelhammer, 2007). W literaturze występują przykłady badań dotyczące mniej popularnych zastosowań takich jak kalkulacja cen karnetów na wyciągi narciarskie (Falk, 2008) czy kóz (Ahmad, Ahmed i Ahmad, 2019).

Analizując ceny dzieł sztuki należy wyróżnić szeroki zakres atrybutów opisujących dzieło sztuki i ich wariantów. Wśród wad regresji hedonicznej należy wyróżnić trudność w określeniu zestawu cech opisujących obiekt, które najtrafniej opisują dzieło i które należy uwzględnić w analizie, czyli innymi słowy brak pewności dotyczący wyboru zmiennych objaśniających (Meese i Wallace, 1997; Taylor i Coleman, 2011). Włączenie do modelu wszystkich charakterystyk jest zadaniem niemal niemożliwym. Wybór odpowiednich atrybutów stanowi poniekąd arbitralną decyzję badacza (Kompa i Witkowska, 2015). Z tego wynika ograniczenie regresji hedonicznej, jakim jest błędna specyfikacja modelu (*misspecification*). Niewłaściwe określenie zmiennych może wynikać z uwzględnienia w modelu nieistotnej zmiennej niezależnej (nadmierne wyszczególnienie) lub pominięcia istotnej zmiennej niezależnej. Stosując metodę regresji hedonicznej, właściwie nie sposób uniknąć problemu związanego z brakiem właściwej specyfikacji modelu. O ile uwzględnienie w modelu dodatkowej,

nieistotnej zmiennej nie wpływa znacząco na jego efektywność, o tyle brak uwzględnienia w modelu istotnej zmiennej może skutkować uzyskaniem zniekształconych wyników (Chau, 2006).

Ponadto, trudność sprawia określenie postaci funkcyjnej modelu opisującej relacje pomiędzy atrybutami a zmienną objaśnianą (Meese i Wallace, 1997). W modelu regresji hedonicznej wykorzystuje się takie postaci funkcyjne jak liniowa, półlogarytmiczna czy podwójnie logarytmiczna (Chau, 2006). Skutkiem wyboru niewłaściwej postaci funkcyjnej może być niespójność oszacowań – szacunki współczynników regresji hedonicznej, a co za tym idzie również hedoniczny indeks cen, mogą zostać zniekształcone. Triplett (2006) wskazał, że szacując relację pomiędzy ceną dobra a jego atrybutami, główny przedmiot zainteresowania stanowią domyślne ceny (*implicit prices*) poszczególnych atrybutów. Z tego względu, postać funkcyjna powinna odzwierciedlać empiryczną relację pomiędzy ceną a charakterystykami dobra. Innymi słowy, postać funkcyjna nie powinna być narzucona a priori, ale powinna najlepiej pasować do danych (Triplett, 2006).

Ponadto, błędnym założeniem jest wskazanie, że cena dzieła sztuki – mimo upływu czasu – w takim samym stopniu jest kształtowana przez poszczególne atrybuty (Taylor i Coleman, 2011). Autorzy zwrócili uwagę na problem niestabilności indeksu w czasie. W modelu ze zmiennymi zero-jedynkowymi czasu (*time-dummy variables*), ceny dzieł sztuki są opisane przez zestaw zmiennych zmiennych i niezmiennych w czasie, jak również przez szereg zmiennych zero-jedynkowych czasu. Do budowy indeksu cen wykorzystywane są współczynniki związane ze zmiennymi czasowymi, które stanowią elementy ceny niezależne od cech charakterystycznych dzieła. Oszacowanie współczynnika związanego z czasem wymaga zatem stabilności czasowej parametrów regresji hedonicznej w czasie. Brak stałości parametrów może powodować zniekształcenie obliczonych indeksów cen (Collins, Scorcu i Zanolà, 2009).

Zniekształcenia wyników uzyskanych z zastosowaniem modelu hedonicznego mogą wynikać także z braku precyzji w zbieraniu danych. Domy aukcyjne częstokroć stosują różne formy zapisu długości i szerokości obrazu, a w bazach danych pojawiają się braki informacji. Ponadto, wadliwym założeniem regresji hedonicznej jest brak powiązań pomiędzy transakcjami (Taylor i Coleman, 2011).

Warto również podkreślić, że indeksy cen dzieł sztuki (zarówno indeks powtórnej sprzedaży jak i indeks hedoniczny) kalkulowane są co do zasady w oparciu o dane aukcyjne. Dostępność

informacji o transakcjach na rynku wtórnym jest większa niż w przypadku transakcji mających miejsce na rynku pierwotnym. Rynek wtórny odpowiada jednak za około 50% całości obrotu na rynku sztuki, co oznacza, że indeks kalkulowany w oparciu o dane aukcyjne nie odzwierciedla całkowicie specyfiki tego rynku (McAndrew, 2018). Specyfikacja modelu regresji wykorzystanego w badaniu została przedstawiona w kolejnym podrozdziale.

4.2. Operacjonalizacja zmiennych

Jednym z kluczowych celów badania jest określenie możliwych czynników wpływających na wystąpienie „efektu śmierci”. W związku z tym, by możliwy był ich pomiar, czynniki muszą być odpowiednio zdefiniowane. W tej części pracy zostaną przedstawione wykorzystane sposoby operacjonalizacji czynników determinujących „efekt śmierci”. Przedstawione zostaną również zmienne uwzględnione w regresji hedonicznej.

Każda transakcja w bazie danych opisana jest szeregiem zmiennych takich jak: imię i nazwisko artysty, tytuł dzieła, wymiary, rok utworzenia dzieła, technika, podłoże, obecność sygnatury, data sprzedaży, dom aukcyjny. W odniesieniu do każdego artysty do bazy włączono informacje na temat daty urodzenia i daty śmierci oraz liczby wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google. Z punktu widzenia analiz dotyczących determinant „efektu śmierci” istotną zmienną był wiek artysty w chwili śmierci skalkulowany w oparciu o informacje o dacie urodzenia i śmierci artysty. Inny kluczowy czynnik stanowiła reputacja artysty, która została ujęta w badaniu za pomocą dwóch wskaźników – na podstawie liczby wyników wyszukiwania imienia i nazwiska artysty w Google oraz na podstawie liczby sprzedanych prac, która to może wskazywać na wielkość portfolio twórcy. Innymi słowy, założono, że reputacja artysty jest dodatnio skorelowana z liczbą dzieł w jego dorobku oraz popularnością w Internecie. Liczbę wyników wyszukiwania nazwiska twórcy w Google przyjęto jako wskaźnik reputacji z uwagi na dostępność tej informacji w odniesieniu do wszystkich artystów w próbie. Zważywszy na fakt, że część próby stanowią młodzi artyści o nieugruntowanej pozycji na rynku, odwołanie się do takich kategorii określających reputację jak prestiż instytucji, w których miały miejsce wystawy czy też odniesienia w literaturze eliminowałoby sporą część próby z uwagi na brak potrzebnych informacji. Liczbę wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google wykorzystano m.in. w badaniu Candela i in. (2016). Taki sposób pomiaru jest również niezależny od długości kariery twórcy oraz wieku artysty. Informacje o liczbie wyników wyszukiwania imienia i nazwiska artystów w Google zebrano w przypadku, gdy twórca był pierwszym wynikiem

pojawiającym się w wyszukiwarce. Jeśli informacja o artyście nie stanowiła jednego z pierwszych rezultatów, to kryterium wyszukiwania zawężono do nazwiska twórcy i słowa wskazującego na powiązanie ze sztuką, które proponowała wyszukiwarka m.in. „malarstwo”, „malarz” czy „obrazy”. Zdecydowano się ponadto na wykorzystanie miernika opartego na wielkości dorobku twórcy. Zgodnie z podejściem, jakie przyjęto m.in. w badaniu Ursprunga i Wiermanna (2011) oraz Beckert i Rössel (2013), reputacja na scenie artystycznej rośnie wraz z rozmiarem portfolio artysty. Artysta zyskuje bowiem uznanie m.in. za sprawą instytucji promujących jego twórczość. Aby to było możliwe, niezbędny jest wystarczająco obszerny dorobek, który może być rozpowszechniany. Wielkość portfolio artysty wiąże się także z jakością jego prac – ich zakres musi być szeroki, by wzbudzać w odbiorcach nieustającą chęć poznawania (Ursprung i Wiermann, 2011). Wielkość dorobku dla każdego artysty określono na podstawie liczby sprzedanych dzieł w okresie analizy. Nawiązując do ujęcia Lang i Langa (1988), miernik reputacji w oparciu o liczbę wyszukiwań Google odnosi się bardziej do aspektu renomy twórcy, liczba dzieł w portfolio natomiast do jego uznania.

Kwestią wartą uwzględnienia z punktu widzenia „efektu śmierci” na rynku sztuki jest zwiększone zainteresowanie mediów wywołane informacją o śmierci twórcy. Tę zmienną zoperacjonalizowano, biorąc pod uwagę liczbę wyników Google Trends dla wybranej grupy artystów w okresach przed śmiercią, w roku śmierci i po śmierci. Miernik ten wykorzystano jako wskaźnik pośmiertnego zainteresowania mediów, ponieważ umożliwia on precyzyjne określenie poziomu zainteresowania artystą w Internecie w określonym momencie. Liczba wyników wyszukiwania nazwiska artysty w niedługim czasie od śmierci może świadczyć o zwiększonej aktywności mediów związanej z pojawiającymi się informacjami na temat twórcy. Google Trends udostępnia zrelatywizowane informacje dla każdego artysty, przy czym wyniki odnoszone są do wartości 100.

Jedną z głównych metod wykorzystywanych w próbie była regresja hedoniczna. Zmienną objaśnianą we wszystkich modelach stanowił logarytm naturalny ceny sprzedaży. Krokiem poprzedzającym zmierzenie wpływu na ceny dzieł sztuki aspektów związanych ze śmiercią artysty było utworzenie bazowego modelu regresji składającego się ze zmiennych istotnych z punktu widzenia wyjaśniania zmienności cen, ale niepowiązanych z problemem podejmowanym w niniejszej pracy. Wybór zmiennych do wyjściowego modelu regresji odbył się na podstawie analizy badań dotyczących czynników kształtujących ceny dzieł sztuki (aspekty te omówione zostały w rozdziale 2) oraz w oparciu o dostępność danych

zgrupowanych w bazie. Analiza regresji objęła zmienne wskazujące na rok, w jakim odbyła się sprzedaż dzieła – rokiem bazowym był rok 2000. W analizie uwzględniono zmienną odnoszącą się do techniki utworzenia dzieła, która to zmienna wystąpiła w 30 wariantach. Wszystkie uwzględnione warianty techniki przedstawiono w tabeli 10, która prezentuje zmienne uwzględnione w hedonicznym modelu cen. Zmienną referencyjną była inna technika.

Tabela 10. Zmienne uwzględnione w modelach hedonicznych

Zmienna	Opis	Warianty zmiennej
Technika	Zmienna wskazuje, jaki rodzaj techniki wykorzystano do utworzenia dzieła	olej, akryl, akwarela, pastel, technika mieszana, akryl i olej, gwasz, technika własna, akwarela i tusz, akwarela i gwasz, tempera, akwarela i ołówek, akryl i technika własna, akryl i relief, akryl i spray, gwasz i tusz, olej i kolaż, akryl i technika mieszana, akryl i tempera, kolaż, akwarela i blaudruk, akryl i kolaż, akwarela i kredka, litografia, akryl i szablon, olej i technika mieszana, gwasz i ołówek, akryl i ołówek, farby emulsyjne, inna (zmienna referencyjna)
Podłoże	Zmienna wskazuje, jaki typ podłoża wykorzystano do utworzenia dzieła	plótno, papier, tektura, płyta, deska, karton, sklejka, plótno i tektura, papier i tektura, plótno i papier, plótno i deska, papier i folia celuloidea, drewno, folia celuloidea, inne (zmienna referencyjna)
Powierzchnia	Zmienna wskazująca na pole dzieła obliczona jako iloczyn długości i szerokości dzieła	Zmienna ilościowa
Sygnatura	Zmienna wskazuje czy obraz zawiera podpis artysty	1 – obraz sygnowany; 0 – obraz niesygnowany
Rok sprzedaży	Zmienna wskazuje, na rok w jakim odbyła się sprzedaż dzieła w przedziale 2000–2020	1 – wartość dla poszczególnych lat, w których odbywały się transakcje; 0 – wartość, gdy transakcje nie odbywały się w danym roku
Dom aukcyjny	Zmienna wskazuje, w jakim domu aukcyjnym miała miejsce sprzedaż dzieła	Desa Unicum (zmienna referencyjna), Agra-Art, Polswiss Art, Rempex i Sopocki Dom Aukcyjny
Reputacja	Dwa warianty zmiennej: 1) popularność artysty w internecie mierzona liczbą wyszukiwań imienia i nazwiska artysty w Google; 2) liczba dzieł w portfolio artysty	Zmienne ilościowe
Czas, jaki upłynął od śmierci do transakcji	Zmienna wskazująca, ile czasu upłynęło od śmierci do transakcji	Transakcja w roku śmierci artysty, w roku po śmierci, dwa lata po śmierci, trzy lata po śmierci

Wiek artysty w momencie śmierci	Zmienna wskazująca na długość życia artysty	Zmienna ilościowa
Status życia	Zmienna wskazująca czy artysta żył czy nie żył w trakcie sprzedaży dzieła	1 – artysta żył w czasie sprzedaży; 0 – artysta nie żył w czasie sprzedaży

Źródło: opracowanie własne

Dodatkowo, w bazowym modelu regresji znalazła się również zmienna związana z rodzajem podłoża wykorzystanego do utworzenia pracy. Wyróżniono 15 wariantów tej zmiennej, a zmienną referencyjną było inne podłoże. Do analizy regresji włączono także zmienną ilościową odnoszącą się do pola powierzchni obrazu (w postaci logarytmu naturalnego tej zmiennej). Obecność sygnatury została ujęta jako zmienna zero-jedynkowa przyjmująca wartość 1, jeśli obraz był sygnowany oraz wartość 0 jeśli obraz był niepodpisany. Do grupy zmiennych podstawowych należał również dom aukcyjny, w którym odbyła się sprzedaż i który wystąpił w pięciu wariantach. Zmienną referencyjną była Desa Unicum.

Dodatkowe zmienne, jakie uwzględniono w hedonicznych modelach cen były związane z problemem poruszonym w pracy. Do tej grupy zmiennych należy status życia artysty, czyli informacja o tym czy twórca żył czy nie żył w czasie trwania transakcji. Zmienna dychotomiczna przyjmowała wartość 1 jeśli transakcja odbyła się za życia twórcy oraz 0 – jeśli odnotowano pośmiertną sprzedaż. Kolejne zmienne odnosiły się do czasu, jaki upłynął od momentu śmierci do momentu transakcji (zmienne obliczone na podstawie daty sprzedaży i daty śmierci twórców). Wśród wariantów zmiennych zero-jedynkowych wyróżniono zmienną wskazującą na transakcje, które odbyły się w roku śmierci artysty, w roku następującym po roku śmierci artysty, na dwa i trzy lata po śmierci artysty (zmienna przyjmowała wartość 1 jeśli transakcja miała miejsce w poszczególnym okresie).

Do pozostałych zmiennych kluczowych z punktu widzenia analizowanego problemu należą wskaźniki reputacji, czyli liczba wyników wyszukiwania artysty w Google oraz liczba dzieł w portfolio artysty (zmienne ilościowe włączone do modelu w postaci logarytmu naturalnego). Inną zmienną ilościową włączoną do badania jest wiek artysty w momencie śmierci.

4.3. Charakterystyka próby badawczej

Badania przeprowadzono w oparciu o próbę transakcji z udziałem dzieł sztuki mających miejsce na rynku aukcyjnym w Polsce. Próba zawiera informacje o 43 140 transakcjach

sprzedaży dzieł malarskich, których dokonano w pięciu największych domach aukcyjnych w Polsce tj. Desie Unicum, Agra-Art, Polswiss Art, Rempex i Sopockim Domu Aukcyjnym. Udział wskazanych domów aukcyjnych w obrocie na rynku aukcyjnym w 2018 r. wyniósł 86,2%⁵.

Aukcje dzieł sztuki w Polsce dotyczą przede wszystkim malarstwa, rzeźby, rysunku i grafiki oraz rzemiosła artystycznego, z czego dzieła malarskie odpowiadają za 83,8% obrotu (Artinfo.pl, 2019). Wprawdzie badanie nie obejmuje sprzedaży galeryjnej na rynku pierwotnym, jednak założono, że aukcje mające miejsce na rynku wtórnym są właściwym sposobem odzwierciedlenia cen. Wynika to z faktu, że ceny kształtują się w transparentny sposób, co lepiej oddaje wartość dzieł. Objęcie zakresem analizy danych z ponad 20 lat pozwala, na podstawie wskazanej próby, obserwować zmiany cen na rynku sztuki zachodzące w czasie.

Baza danych gromadzi informacje z 157 aukcji, które miały miejsce pomiędzy 25 października 1998 r. a 1 lipca 2020 r. Z bazy danych wyeliminowano 982 transakcje zawierające braki danych, jeśli chodzi o cenę sprzedaży, imię i nazwisko artysty czy status życia.

Tabela 11. Podział transakcji uwzględnionych w próbie ze względu na dom aukcyjny, w jakim odbywała się sprzedaż

Dom aukcyjny	Liczba dzieł sztuki	Odsetek próby
Agra-Art	5952	14,1%
Desa Unicum	19 383	46,0%
Polswiss Art	5019	11,9%
Rempex	3799	9,0%
Sopocki Dom Aukcyjny	8005	19,0%

Źródło: opracowanie własne

Największą część próby – ponad 19 tysięcy rekordów – stanowią dzieła sprzedane w Desie Unicum. Jak wskazują informacje zawarte w tabeli 11, spośród dzieł sztuki uwzględnionych w próbie, najmniej dzieł sprzedanych zostało w domu aukcyjnym Rempex (9%). W analizowanej próbie najwyższe ceny osiągały obrazy licytowane w Polswiss Art, które sprzedawane były średnio za 53 805,56 PLN. Tam też miały miejsce dwie transakcje, które osiągnęły najwyższe ceny. W dalszej kolejności najwyżej wyceniane były dzieła sztuki w Agra-Art (34 155,53 PLN). Najniższe ceny – średnio – uzyskiwały prace sprzedawane w Sopockim

⁵ Większy udział w rynku od domu aukcyjnego Rempex (2,7%) miał dom aukcyjny Libra (3,2%), ale na przestrzeni całego analizowanego okresu udział domu aukcyjnego Rempex jest bardziej znaczący.

Domu Aukcyjnym (6788,65 PLN), które w porównaniu z Polswiss Art były niemal ośmiokrotnie niższe.

Aukcje przeprowadzone w filiach poszczególnego domu aukcyjnego w różnych miastach zagregowano jako jedną kategorię (np. aukcje w Sopockim Domu Aukcyjnym Galeria Gdańsk czy Sopockim Domu Aukcyjnym Galeria Warszawa włączono do wspólnej grupy transakcji odbywających się w Sopockim Domu Aukcyjnym).

Próba zawiera informacje o sprzedaży dzieł sztuki autorstwa 5729 artystów. Twórcami największej liczby prac uwzględnionej w próbie byli: Nikifor Krynicki (382 dzieła), Jerzy Nowosielski (339 dzieł) i Wlastimil Hofman (312 prac). W przypadku niespełna połowy artystów (2916) w próbie znajdowała się tylko jedna praca ich autorstwa. Autorzy 580 dzieł sztuki byli nieokreśleni.

Tabela 12. Podział transakcji uwzględnionych w próbie ze względu na najczęściej występujące techniki

Technika	Liczba dzieł sztuki	Odsetek
olej	22 406	53,15%
akryl	7290	17,29%
akwarela	1936	4,59%
pastel	1046	2,48%
technika mieszana	958	2,27%
akryl i olej	874	2,07%
gwasz	667	1,58%
technika własna	598	1,42%
akwarela i tusz	549	1,30%
akwarela i gwasz	489	1,16%
tempera	415	0,98%
akwarela i ołówki	421	1,00%
akryl i technika własna	174	0,41%
akryl i relief	118	0,28%
akryl i spray	104	0,25%
gwasz i tusz	97	0,23%
olej i kolaż	83	0,20%
akryl i technika mieszana	77	0,18%

Źródło: opracowanie własne

W próbie wyróżniono 30 różnych technik malarskich, reprezentowanych co najmniej przez 40 prac każda (tabela 12 przedstawia najczęściej stosowane techniki). Wyszczególnienie głównych technik poprzedził proces agregacji – łącznie w próbie wyodrębniono ponad

500 różnych technik i ich kombinacji. Wszystkie pozostałe kombinacje technik, które zostały zastosowane w odniesieniu do mniej niż 40 prac zgrupowano jako oddzielną zmienną – „inną” technikę (3035 dzieł). Dominującą techniką okazała się być technika olejna, którą posłużono się w przypadku ponad połowy dzieł sztuki w próbie (22 406 prac). Pozostałymi najczęściej występującymi technikami był kolejno akryl, akwarela, pastel i technika mieszana. Część prac przygotowana była w oparciu o więcej niż jedną technikę – najczęściej występującymi kombinacjami technik były akryl i olej (874 dzieła), akwarela i tusz (549 dzieł) oraz akwarela i gwasz (489 dzieł). W przypadku 239 dzieł sztuki brakowało informacji na temat wykorzystanej techniki. Najwyższe średnie ceny odnotowywały prace przygotowane za pomocą połączenia techniki akrylowej i reliefu (87 644,49 PLN). Ich cena ponad dwukrotnie przekraczała ceny dzieł, w przypadku których zastosowano połączenie akrylu i ołówka (43 960,00 PLN). Jeśli chodzi o pojedyncze techniki, najdroższe prace przygotowywane były techniką olejną (33 331,98 PLN). Najniżej wyceniano dzieła sztuki utworzone za pomocą akrylu i sprayu (1411,06 PLN) oraz farb emulsyjnych (1371,43 PLN).

Tabela 13. Podział transakcji uwzględnionych w próbie ze względu na najczęściej występujące typy podłoża

Podłoże	Liczba dzieł sztuki	Odsetek
plótno	22 207	52,68%
papier	4868	11,55%
tektura	2191	5,20%
plyta	1415	3,36%
deska	674	1,60%
karton	506	1,20%
sklejka	486	1,15%
plótno i tektura	253	0,60%
papier i tektura	96	0,23%
plótno i papier	60	0,14%
plótno i deska	52	0,12%
papier i folia celulooidowa	50	0,12%
drewno	38	0,09%
folia celulooidowa	37	0,09%

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę fizyczne właściwości dzieł sztuki, w próbie wyróżniono 15 różnych rodzajów podłoża (tabela 13). W próbie wystąpiło łącznie ponad 120 różnych rodzajów podłoża i jego kombinacji, w związku z czym zredukowano liczbę kategorii, włączając te mniej

liczne do zmiennej „inne”. Najczęściej prace tworzone były na płótnie – ponad połowa wszystkich uwzględnionych dzieł sztuki. Kolejnymi najliczniej wykorzystywanymi rodzajami podłoża był papier, tektura, płyta oraz deska. Część dzieł sztuki powstała z wykorzystaniem więcej niż jednego rodzaju podłoża – próba zawiera m.in. 253 prace zrobione na płótnie i tekturze oraz 96 wykonanych na papierze i tekturze. W przypadku 431 dzieł sztuki zastosowano inny rodzaj podłoża. Baza nie zawiera informacji o rodzaju podłoża 8793 prac.

Biorąc pod uwagę ceny prac, najwyższe kwoty uzyskiwano ze sprzedaży dzieł, których podłoże stanowiło połączenie papieru i tektury (68 902,08 PLN). Wysoko wyceniano także prace malowane na drewnie (67 731,58 PLN) oraz na płótnie i papierze (60 498,33 PLN). Najliczniejsza grupa prac, która została przygotowana na płótnie, osiągnęła średnią cenę wynoszącą 23 905,29 PLN. Najmniejsze ceny z kolei uzyskiwano za dzieła przygotowane na folii celulozowej (2167,57 PLN) oraz na papierze i folii celulozowej (3374,00 PLN).

Tabela 14. Najdrożej wylicytowane dzieła sztuki w analizowanej próbie

Lp	Imię i nazwisko artysty	Tytuł dzieła (dzieł)	Cena [PLN] ⁶	Data sprzedaży	Dom aukcyjny
1.	Wojciech Fangor	Grupa pięciu prac z kolekcji Gres Gallery	5 900 000	11.12.2018	Polswiss Art
2.	Jan Matejko	Portret prof. dr. Karola Gilewskiego	5 900 000	02.06.2020	Polswiss Art
3.	Wojciech Fangor	M 39	4 000 000	29.11.2018	Desa Unicum
4.	Stanisław Wyspiański	Macierzyństwo	3 700 000	14.12.2017	Desa Unicum
5.	Jan Matejko	Zabicie Wapowskiego w czasie koronacji Henryka Walezego	3 200 000	08.06.2017	Desa Unicum
6.	Jacek Malczewski	Artysta i Chimera	3 100 000	22.03.2020	Agra-Art
7.	Mojżesz Kisling	Ingrid	2 950 000	10.10.2017	Polswiss Art
8.	Jan Matejko	Wit Stwosz jako dziecko	2 850 000	10.12.2019	Polswiss Art
9.	Roman Opałka	„Detail 5137748 - 5157846” z cyklu “1965/1 - ∞”	2 750 000	05.12.2019	Desa Unicum
10.	Wojciech Fangor	#2	2 700 000	08.10.2019	Polswiss Art
11.	Maurycy Gottlieb	Autoportret w stroju polskiego szlachcica	2 650 000	12.12.2019	Desa Unicum

Źródło: opracowanie własne

Łączny obrót ze sprzedaży wszystkich dzieł włączonych do próby przekroczył miliard złotych, wynosząc 1 018 259 050 PLN. Średnia cena, jaką płacono za dzieło sztuki wyniosła 24 089 PLN. Tabela 14 przedstawia najwyższe transakcje z udziałem dzieł sztuki uwzględnione

⁶ Podane ceny nie zawierają opłaty aukcyjnej.

w próbie. Najwyższą cenę osiągnęła grupa prac Wojciecha Fangora wylicytowana za 5 900 000 PLN oraz „Portret prof. dr. Karola Gilewskiego” autorstwa Jana Matejki, który stał się jednocześnie najdrożej sprzedanym obrazem w historii polskiego rynku sztuki⁷ (Forbes.pl, 2020). Najmniejszą kwotę z kolei zapłacono za dzieło „Widok miasta nad rzeką” nieznanego artysty z początków XX w.

Biorąc pod uwagę status życia twórców, analizowana próba zawiera podobną liczbę transakcji z udziałem dzieł sztuki artystów żyjących oraz nieżyjących podczas sprzedaży (tabela 15). Próba zawiera 21 524 prac, które zostały sprzedane za życia autorów oraz 20 634 dzieł sztuki sprzedanych pośmiertnie.

Tabela 15. Statystyki opisowe dzieł sztuki uwzględnionych w próbie według statusu życia artysty

	Dzieła sztuki twórców nieżyjących podczas sprzedaży	Dzieła sztuki twórców żyjących podczas sprzedaży	Ogółem
N	20 634	21 524	42 158
Średnia [PLN]	42 517,53	6423,67	24 089,61
Mediana [PLN]	10 000,00	1700,00	3700,00
Modalna [PLN]	5000,00	500,00	500,00
Odchylenie standardowe [PLN]	148 973,20	22 122,49	106 945,76
Skośność	14,61	11,50	19,86
Kurtoza	364,80	214,24	688,39
Wartość minimalna [PLN]	25,00	70,00	25,00
Wartość maksymalna [PLN]	5 900 000,00	800 000,00	5 900 000,00
Kwartył 1 [PLN]	4000,00	900,00	1400,00
Kwartył 3 [PLN]	30 000,00	3600,00	3700,00

Źródło: opracowanie własne

Nieznacznie więcej (51%) jest dzieł sztuki sprzedawanych za życia artysty. Średnia cena dzieł sztuki nieżyjących autorów wynosiła 42 517,53 PLN i ponad sześciokrotnie przewyższała ceny uzyskiwane przez prace żyjących autorów. Była niemal cztery razy wyższa od średniej ceny w całej próbie. Ceny, jakie uzyskiwano za prace licytowane pośmiertnie odchodziły się od średniej ceny o niemal 150 000 PLN. W przypadku transakcji z udziałem dzieł sztuki sprzedawanych za życia, odchylenie standardowe było proporcjonalnie niższe i wynosiło

⁷ W grudniu 2020 r. dzieło straciło miano najdrożej sprzedanego obrazu na polskim rynku sztuki na rzecz pracy „M22” Wojciecha Fangora wylicytowanej za 6 200 000 PLN (Desa.pl, 2020).

ponad 22 000 PLN. W obu grupach odchylenie standardowe ponad trzykrotnie przewyższało średnią uzyskiwaną cenę. Współczynniki zmienności wynoszące kolejno 350% i 346% świadczą o bardzo dużym stopniu zróżnicowania cen. Odchylenie ćwiartkowe wynoszące 3000 PLN świadczy o większej zmienności w przypadku 50% obserwacji ze środka rozkładu w przypadku grupy twórców nieżyjących – dla grupy twórców żyjących wynosiło 400 PLN natomiast dla całej próby – 700 PLN. O większym zróżnicowaniu we wskazanej grupie można mówić również z uwagi na pozycyjny współczynnik zmienności (30%) wyższy od grupy prac artystów żyjących (24%), jak i całej próby (19%). Zarówno w przypadku prac żyjących jak i nieżyjących autorów zaobserwowano silną prawostronną asymetrię rozkładu, o czym świadczą dodatnie współczynniki skośności. Oznacza to, że większość prac w obu grupach osiągała ceny poniżej średniej. Połowa prac nieżyjących autorów została wylicytowana co najmniej za 10 000 PLN. Z kolei 25% najdrożej sprzedanych prac osiągało ceny co najmniej 30 000 PLN, co – biorąc od uwagę, że najwyższa odnotowana transakcja w tej grupie wyniosła 5 900 000 PLN – może wskazywać na występowanie wartości skrajnych. Najwięcej obrazów licytowanych po śmierci sprzedano za 5000 PLN, przy czym w grupie prac żyjących twórców – 10 razy taniej. Najwyższa transakcja w grupie twórców nieżyjących podczas aukcji jest jednocześnie najwyższą ceną sprzedaży w próbie. W przypadku artystów żyjących, najdrożej sprzedanym dziełem był obraz Wojciecha Fangora „M 58” wylicytowany za 800 000 PLN na dwa tygodnie przed śmiercią artysty. Najniższą cenę natomiast odnotowano za obraz nieznanego autora z początku XX wieku pt. „Widok miasta nad rzeką” w przypadku transakcji pośmiertnych, a w przypadku transakcji odbywających się za życia twórcy – za obraz „Bez tytułu” Konrada Wieniawy-Narkiewicza.

Największym uwzględnionym w próbie obrazem jest „Dirce Chrześcijańska” Henryka Siemiradzkiego o wymiarach 263 x 563 cm. Najmniejsze dzieło z kolei to miniatura „Portret mężczyzny” autorstwa nieokreślonego malarza z XVIII w. o wymiarach 3,3 x 3,3 cm. Średnia wielkość prac uwzględnionych w próbie to niespełna 0,6 m². Baza nie uwzględnia informacji o wymiarach 193 dzieł.

W bazie danych wyróżniono dzieła sztuki z uwagi na obecność sygnatury. Próba zawiera informacje o 37 316 dziełach sztuki zawierających sygnaturę bądź napis (88,5%). Z kolei 4842 są to dzieła niepodpisane. Obrazy niesygnowane osiągały nieco wyższe średnie ceny (26 297,18 PLN) od cen obrazów sygnowanych (23 803,16 PLN).

Próba zawiera informacje o roku lub pełnej dacie urodzenia dla 5323 artystów. Odpowiada temu 19 522 transakcji z udziałem prac artystów nieżyjących podczas sprzedaży oraz 21 392 transakcji z udziałem prac artystów żyjących podczas sprzedaży. Z kolei informacje o roku lub pełnej dacie śmierci zgromadzono dla 2709 artystów, czemu odpowiadało 19 929 transakcji. W przypadku braku dokładnej daty urodzenia lub śmierci, status życia został przypisany na podstawie bardziej ogólnej informacji – wieku, w którym żył twórca. Średni wiek śmierci artystów uwzględnionych w próbie to 74,15 lat. Najmłodszy twórca, którego prace uwzględniono w próbie zmarł w wieku 21 lat. Najstarsi artyści natomiast mieli 103 lata w momencie śmierci. W grupie artystów żyjących skalkulowano średni wiek artysty w momencie sprzedaży, który wyniósł 42,43 lat. Najmłodszy twórca w próbie miał 15 lat w momencie sprzedaży. W przypadku czterech artystów, dzieła sprzedano, gdy mieli 102 lata, co było najwyższym wiekiem w próbie, jeśli chodzi o żyjącego artystę. Dla analizy problemu kluczową informacją było także to, ile czasu upłynęło pomiędzy śmiercią artysty a sprzedażą dzieła. Średnio, transakcje z udziałem dzieł sztuki artystów zmarłych podczas sprzedaży miały miejsce 49,76 lat po śmierci.

5. „Efekt śmierci” na polskim rynku sztuki – weryfikacja empiryczna

5.1. Identyfikacja „efektu śmierci”

Główna hipoteza w pracy zakłada, że na rynku sztuki obserwuje się występowanie „efektu śmierci”, czyli wzrostu cen dzieł sztuki w okresie następującym po śmierci artysty. Punktem wyjścia w weryfikacji występowania tego zjawiska było sprawdzenie czy status życia artysty wpływa na kształtowanie się cen dzieł sztuki. W tym celu przeprowadzono analizę regresji hedonicznej cen, włączając zmienną wskazującą na status życia do modelu (model 1). Wyniki tej analizy przedstawia tabela 16.

Tabela 16. Podsumowanie analizy regresji hedonicznej – model 1

Model	Suma kwadratów	<i>df</i>	<i>F</i>	Istotność
Regresja	57 549,02	72,00	799,29	<0,001
Reszta	44 653,04	39 817,00	1,12	
Ogółem	102 202,06	39 889,00		
	<i>R</i>	R-kwadrat	Skorygowane R-kwadrat	Błąd standardowy oszacowania
	0,75	0,56	0,56	1,06

Źródło: opracowanie własne

Wyniki analizy regresji hedonicznej wskazują, że oszacowany model jest istotny ($p < 0,001$). Oznacza to, że model wyjaśnia zmienność zmiennej zależnej (cen). Dobroć dopasowania modelu regresji oceniono za pomocą wartości R-kwadrat i skorygowanego R-kwadrat. Model wyjaśnia 56% zmienności zmiennej zależnej. Tabela 17 przedstawia wyniki analizy regresji hedonicznej w modelu 1.

Biorąc pod uwagę wszystkie uwzględnione w modelu zmienne, zaobserwowano, że istotnym predyktorem cen dzieł sztuki jest podłoże – większość wariantów istotnie wpływała na ceny. Prace na desce oraz na płótnie i desce wiązały się z wzrostem cen o, kolejno, 126% i 105% w stosunku do innego rodzaju podłoża. Wśród technik, dzieła wytworzone z zastosowaniem techniki akrylowej i reliefu, oleju i kolażu oraz oleju i techniki mieszanej wiązały się z uzyskaniem premii w stosunku do prac przygotowanych inną techniką. Sygnatura również okazała się być istotną zmienną wyjaśniającą ceny licytowanych prac.

Tabela 17. Wyniki analizy regresji hedonicznej – model 1

Zmienna	α_j	Błąd stand.	Beta	t	p	EXP	Zmiana %
Stała α_0	3,81	0,08		46,24	0,00		
Rok sprzedaży	<i>uwzględniono</i>						
Podłoże – deska	0,81	0,05	0,06	16,66	0,00	2,26	126%
Podłoże – drewno	0,59	0,19	0,01	3,16	0,00	1,80	80%
Podłoże – folia celulooidowa	-0,42	0,75	-0,01	-0,56	0,58	0,66	-34%
Podłoże – karton	-0,09	0,05	-0,01	-1,61	0,11	0,92	-8%
Podłoże – papier	-0,06	0,03	-0,01	-1,95	0,05	0,94	-6%
Podłoże – papier, folia celulooidowa	0,32	0,17	0,01	1,85	0,06	1,38	38%
Podłoże – papier, tektura	0,26	0,12	0,01	2,22	0,03	1,29	29%
Podłoże – płyta	0,21	0,04	0,02	5,73	0,00	1,24	24%
Podłoże – płótno	0,12	0,03	0,04	4,91	0,00	1,13	13%
Podłoże – płótno, deska	0,72	0,15	0,02	4,68	0,00	2,05	105%
Podłoże – płótno, papier	0,61	0,15	0,01	4,20	0,00	1,85	85%
Podłoże – płótno, tektura	0,18	0,07	0,01	2,48	0,01	1,20	20%
Podłoże – sklejka	0,21	0,05	0,01	3,89	0,00	1,23	23%
Technika – akryl	-0,16	0,03	-0,04	-6,62	0,00	0,85	-15%
Technika – akryl, kolaż	0,03	0,15	0,00	0,23	0,82	1,03	3%
Technika – akryl, olej	-0,19	0,04	-0,02	-4,43	0,00	0,83	-17%
Technika – akryl, otówek	0,26	0,16	0,01	1,61	0,11	1,29	29%
Technika – akryl, relief	1,33	0,10	0,05	13,06	0,00	3,78	278%
Technika – akryl, spray	-0,61	0,11	-0,02	-5,61	0,00	0,55	-45%
Technika – akryl, szablon	0,11	0,15	0,00	0,76	0,45	1,12	12%
Technika – akryl, technika mieszana	-0,37	0,12	-0,01	-3,02	0,00	0,69	-31%
Technika – akryl, technika własna	-0,31	0,09	-0,01	-3,59	0,00	0,74	-26%
Technika – akryl, tempera	0,11	0,13	0,00	0,83	0,40	1,12	12%
Technika – akwarela	-0,25	0,03	-0,03	-7,38	0,00	0,78	-22%
Technika – akwarela, blaudruk	-1,01	0,16	-0,03	-6,44	0,00	0,36	-64%
Technika – akwarela, gwasz	-0,30	0,05	-0,02	-5,42	0,00	0,74	-26%
Technika – akwarela, kredka	-0,22	0,15	-0,01	-1,46	0,14	0,80	-20%
Technika – akwarela, otówek	-0,44	0,06	-0,03	-7,75	0,00	0,64	-36%
Technika – akwarela, tusz	-0,35	0,05	-0,03	-6,71	0,00	0,70	-30%
Technika – farby emulsyjne	-0,19	0,77	0,00	-0,25	0,80	0,82	-18%
Technika – gwasz	-0,22	0,05	-0,02	-4,54	0,00	0,81	-19%
Technika – gwasz, otówek	-0,46	0,16	-0,01	-2,93	0,00	0,63	-37%
Technika – gwasz, tusz	-0,18	0,11	-0,01	-1,58	0,11	0,83	-17%
Technika – kolaż	0,00	0,14	0,00	-0,03	0,97	1,00	0%

Technika – litografia	-0,87	0,15	-0,02	-5,87	0,00	0,42	-58%
Technika – olej	0,21	0,02	0,07	9,81	0,00	1,24	24%
Technika – olej, kolaż	0,47	0,12	0,01	4,00	0,00	1,60	60%
Technika – olej, technika mieszana	0,33	0,15	0,01	2,18	0,03	1,40	40%
Technika – pastel	0,23	0,04	0,02	5,73	0,00	1,26	26%
Technika – technika mieszana	-0,23	0,04	-0,02	-5,74	0,00	0,79	-21%
Technika – technika własna	-0,07	0,05	-0,01	-1,44	0,15	0,93	-7%
Sygnatura	-0,08	0,02	-0,02	-4,30	0,00	0,92	-8%
Dom aukcyjny – Agra-Art	0,36	0,03	0,08	14,44	0,00	1,44	44%
Dom aukcyjny – Polswiss Art	0,56	0,02	0,11	29,80	0,00	1,75	75%
Dom aukcyjny – Rempex	-0,17	0,02	-0,03	-7,76	0,00	0,84	-16%
Dom aukcyjny – Sop. Dom Aukcyjny	-0,35	0,02	-0,08	-23,26	0,00	0,71	-29%
Ln pole	0,40	0,01	0,27	62,92	0,00	1,49	49%
Ln wyniki Google	0,14	0,00	0,16	43,77	0,00	1,15	15%
Ln liczba dzieł	0,27	0,00	0,24	65,90	0,00	1,31	31%
Status życia	-1,54	0,02	-0,48	-103,99	0,00	0,21	-79%

Źródło: opracowanie własne

Parametry zmiennej wskazującej na dom aukcyjny, w jakim odbyła się sprzedaż okazały się istotne we wszystkich przypadkach. W porównaniu z domem aukcyjnym Desa Unicum (będącym zmienną referencyjną), dzieła sztuki sprzedawane w Polswiss Art uzyskiwały wyższe ceny – sprzedaż w tym domu aukcyjnym wiązała się z wzrostem cen o 75%. Sprzedaż dzieł w Sopotkim Domu Aukcyjnym z kolei łączyła się z uzyskiwaniem niższych cen (o 29% w porównaniu z Desą Unicum). Wielkość obrazu istotnie wpływała na ceny uzyskiwanych prac – większa powierzchnia o wiązała się ze wzrostem ceny.

Status życia okazał się istotnym czynnikiem dla kształtowania się cen. Informacja, że twórca żył w czasie trwania transakcji obniżała cenę dzieła o 79%. Wynik badania okazał się być spójny z większością badań w tym zakresie, wskazujących na pozytywne oddziaływanie śmierci na ceny prac licytowanych na rynku sztuki (m.in. Agnello, 2002; Demir i in., 2018; Higgs, 2012; Higgs i Worthington, 2005; Kompa i Witkowska, 2014; Kräussl i Schellart, 2007; Penasse i in., 2020; Renneboog i Spaenjers, 2013; Taylor i Coleman, 2011).

Po zweryfikowaniu, że ceny dzieł sztuki artystów zmarłych notują wyższe ceny, przystąpiono do analizy zmian cen w okresie bliskim śmierci artysty. W tym celu w bazie danych wyróżniono wielokrotne sprzedaże tych samych dzieł sztuki. Jest to krok niezbędny do przeprowadzenia regresji powtórnej sprzedaży w celu identyfikacji pośmiertnej zmiany cen.

Procedura ta posłużyła również do porównań zmian cen pomiędzy transakcjami z udziałem tego samego dzieła odbywających się w różnych momentach jeśli chodzi o status życia artysty. W bazie zidentyfikowano 1436 dzieł sztuki, które były przedmiotem sprzedaży więcej niż raz. Wśród nich, 1360 stanowiły prace sprzedane dwukrotnie, 78 prace sprzedane trzykrotnie. Wystąpiło także 5 dzieł sztuki sprzedanych cztery razy.

Aby zaobserwować pośmiertną zmianę cen spośród wielokrotnie sprzedawanych dzieł wyróżniono pary prac w podziale na trzy grupy – dzieła sztuki, których twórca żył podczas obu sprzedaży (grupa ŻŻ), dzieła sztuki, których twórca żył podczas pierwszej sprzedaży i nie żył podczas drugiej sprzedaży (grupa ŻN) oraz dzieła sztuki, w przypadku których obie transakcje odbyły się pośmiertnie (grupa NN). Z punktu widzenia obserwacji „efektu śmierci” szczególnie interesującą grupą są dzieła, których pierwsza sprzedaż odbyła się za życia twórcy, druga natomiast – po śmierci (grupa ŻN). W tym przypadku możliwe jest zaobserwowanie zmiany cen występującej w relatywnie niedalekiej perspektywie po śmierci – zidentyfikowano 73 takie pary. W grupie prac artystów żyjących podczas obu aukcji znalazło się 440 par dzieł sztuki. Z kolei par prac sprzedanych po śmierci twórcy było 990.

W celu jak najlepszej porównywalności wyników, próbę ograniczono do transakcji mających miejsce na pół roku przed lub po transakcji w grupie ŻN tj. w grupie prac artystów żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej sprzedaży. Tabela 18 przedstawia szczegóły dotyczące par transakcji uwzględnionych w analizie, które dopasowano do transakcji z grupy ŻN. Po zawężeniu próby, do 73 par transakcji z udziałem prac artystów żyjących tylko podczas pierwszej sprzedaży (grupa ŻN) dopasowano 585 par transakcji pośmiertnej sprzedaży dzieł sztuki (grupa NN) oraz 246 par transakcji sprzedaży dzieł sztuki mających miejsce za życia twórców (grupa ŻŻ).

Tabela 18. Pary transakcji uwzględnione w analizie z uwagi na status życia artysty podczas sprzedaży

Dzieła sztuki, których twórca żył podczas pierwszej sprzedaży i nie żył podczas drugiej sprzedaży (grupa ŻN)			Liczba par transakcji z udziałem dzieł sztuki, których twórca nie żył podczas obu sprzedaży (grupa NN)	Liczba par transakcji z udziałem dzieł sztuki, których twórca żył podczas obu sprzedaży (grupa ŻŻ)
Lp.	Data pierwszej sprzedaży	Data drugiej sprzedaży		
1	18.11.2001	16.12.2015	3	1
2	08.04.2001	17.04.2016	2	0
3	08.04.2001	17.04.2016	2	0
4	18.11.2001	19.06.2016	3	1
5	18.11.2001	05.12.2017	1	0
6	18.11.2001	23.05.2017	1	0
7	24.10.2001	19.12.2018	0	0
8	08.12.2002	12.03.2013	2	0
9	17.11.2002	16.06.2015	3	1
10	17.11.2002	06.10.2015	4	1
11	16.11.2003	17.06.2007	3	2
12	07.12.2003	23.05.2010	3	0
13	23.04.2003	21.10.2014	2	1
14	22.01.2003	26.06.2014	2	1
15	16.11.2003	24.03.2015	0	0
16	16.11.2003	23.02.2016	2	0
17	09.03.2003	28.02.2019	2	1
18	16.11.2003	08.12.2019	3	0
19	04.04.2004	29.05.2014	2	0
20	21.11.2004	28.05.2015	5	1
21	21.11.2004	06.12.2018	6	1
22	26.09.2004	12.03.2019	5	0
23	24.04.2005	07.12.2015	7	2
24	12.06.2005	09.06.2016	2	1
25	06.11.2005	09.12.2018	9	0
26	20.11.2005	23.10.2019	3	0
27	20.11.2005	17.03.2019	7	0
28	24.04.2005	21.05.2020	1	1
29	09.04.2006	18.06.2013	1	0
30	01.10.2006	08.10.2015	1	1
31	19.11.2006	25.03.2018	3	0
32	04.06.2006	28.02.2019	5	0
33	19.11.2006	10.12.2019	3	0
34	28.10.2007	07.12.2015	2	0
35	19.12.2007	08.10.2015	2	0
36	17.06.2007	14.12.2016	5	0
37	17.06.2007	17.04.2016	2	1
38	28.10.2007	17.03.2019	9	0
39	27.05.2007	05.12.2019	4	0

40	13.06.2007	02.04.2019	7	1
41	28.10.2007	05.03.2020	7	0
42	28.02.2008	25.09.2012	2	0
43	28.02.2008	18.12.2014	1	1
44	07.12.2008	21.10.2014	1	0
45	09.10.2008	11.12.2014	2	0
46	30.01.2008	12.10.2014	1	1
47	20.04.2008	09.06.2015	2	0
48	18.12.2008	24.01.2019	2	0
49	25.02.2010	25.05.2017	1	1
50	22.09.2011	11.12.2014	5	3
51	02.10.2011	12.12.2017	6	3
52	02.10.2011	12.12.2017	6	3
53	27.11.2011	10.12.2019	3	0
54	28.02.2012	08.12.2015	4	1
55	24.03.2013	27.10.2018	5	10
56	06.03.2014	05.12.2017	4	8
57	06.03.2014	06.03.2018	5	7
58	09.10.2014	10.10.2019	5	5
59	18.12.2014	21.02.2019	7	4
60	28.05.2015	05.10.2017	19	8
61	23.06.2015	05.12.2017	26	10
62	23.06.2015	01.03.2018	27	13
63	28.05.2015	28.05.2019	17	5
64	28.05.2015	05.12.2019	18	9
65	06.10.2015	08.10.2019	22	11
66	01.12.2016	05.03.2020	19	7
67	11.06.2017	28.02.2019	37	6
68	25.05.2017	28.11.2019	31	19
69	30.09.2017	18.06.2020	28	13
70	28.10.2017	05.05.2020	37	17
71	05.10.2017	02.06.2020	32	15
72	06.09.2018	04.07.2019	26	5
73	06.09.2018	12.11.2019	48	43
Ogółem			585	246

Źródło: opracowanie własne

Przyjmując najbardziej ogólne podejście, analizę rozpoczęto od sprawdzenia czy istnieją różnice cen rzeczywistych pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w poszczególnych grupach prac zidentyfikowanych z uwagi na status życia artysty. Z uwagi na brak spełnienia warunków do zastosowania testu parametrycznego, istotność różnic cen pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą zbadano za pomocą nieparametrycznego testu rang Wilcoxon.

Tabela 19. Różnice pomiędzy średnimi cenami dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w grupach w zależności od statusu życia artysty

	Średnia cena pierwszej sprzedaży [PLN]	Średnia cena drugiej sprzedaży [PLN]	Istotność	Z	Wielkość efektu
Artyści nieżyjący podczas obu transakcji (grupa NN)	83 265,33	110 006,59	<0,001	-7,61	-0,29
Artyści żyjący podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjący podczas drugiej sprzedaży (grupa ŻN)	51 009,59	101 835,62	<0,001	-6,08	-0,50
Artyści żyjący podczas obu sprzedaży (grupa ŻŻ)	19 098,64	24 138,10	<0,001	-4,01	-0,23

Źródło: opracowanie własne

Wyniki testu w przypadku trzech analizowanych grup (tabela 19) świadczą o występowaniu istotnych różnic w cenach dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą ($p > 0,001$). Wielkość efektu skalkulowano w oparciu o wartość statystyki Z oraz liczbę obserwacji. W przypadku cen dzieł sztuki artystów nieżyjących podczas obu sprzedaży oraz artystów żyjących podczas obu sprzedaży wartość statystyki r wskazuje na niski efekt. Ceny tych prac wzrosły kolejno, średnio, o 32,12% i 26,39%. W przypadku prac twórców żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej sprzedaży zaobserwowano natomiast umiarkowany efekt, jeśli chodzi o zmianę cen między pierwszą a drugą sprzedażą – ceny odnotowały wzrost o niemal 100%. Choć nominalnie średnio wyższe ceny osiągały dzieła sztuki twórców nieżyjących podczas obu transakcji to największy efekt postaci wzrostu cen zaobserwowano w grupie, w której między pierwszą a drugą sprzedażą nastąpiła śmierć artysty (grupa ŻN). Wyniki w dużym stopniu potwierdzają konkluzje płynące z badania Szyszki i Białowąsa (2019) – wówczas również zaobserwowano największy efekt ($r = 0,44$) w zakresie zmian cen w przypadku grupy ŻN. Uzyskane rezultaty nie wskazały jednak na wystąpienie różnic cen dzieł sprzedanych za życia twórców.

Po dokonaniu porównań rzeczywistych cen z pierwszej i drugiej sprzedaży w poszczególnych grupach w zależności od statusu życia, kolejnym krokiem była analiza procentowych zmian cen pomiędzy transakcjami. Tabela 20 przedstawia średnią zmianę cen dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w porównywanych grupach. Jeśli chodzi o dzieła sztuki, których ceny wzrosły pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą, było to w przypadku grupy odniesienia 60 z 73 prac, co stanowi 82,19% prac. Nie zaobserwowano znaczących

różnic w tym aspekcie w porównaniu z pracami licytowanymi za życia artystów – 36 z 42 przypadków (85,71% dzieł) oraz po śmierci twórców – 62 z 71 przypadków (87,32% dzieł). W porównaniu z badaniem Szyszki i Białowąsa (2019), gdzie zastosowano podobną procedurę, odsetek transakcji, których ceny wzrosły był nieco wyższy.

Średnia zmiana ceny pomiędzy pierwszą a drugą transakcją okazała się być najwyższa (170%) w przypadku grupy twórców zmarłych przed drugą sprzedażą (grupa ŻN) – najniższą zmianę cen odnotowano w przypadku dzieł, których obie sprzedaże odbyły się po śmierci (44%), nieco wyższą (67%) natomiast w grupie dzieł sprzedanych za życia artysty. Wyniki potwierdzają zależności zaobserwowane w badaniu Szyszki i Białowąsa (2019) – zmiana cen w grupie istotnej z punktu widzenia identyfikacji „efektu śmierci” wyniosła 111%, w pozostałych grupach natomiast było to kolejno 81% i 98% dla dzieł twórców nieżyjących i żyjących podczas obu sprzedaży.

Zmiany cen w przypadku dzieł artystów zmarłych pomiędzy obiema sprzedażami (grupa ŻN) odniesiono do zmian cen zaobserwowanych w grupie prac twórców żyjących podczas obu sprzedaży i nieżyjących podczas obu sprzedaży. Jeśli w przypadku dzieł sztuki z grupy ŻN zaobserwowano bardziej pozytywną zmianę ceny oznaczano plusem („+”). Z drugiej strony, bardziej pozytywne zmiany cen w pozostałych grupach w stosunku do prac z grupy ŻN oznaczono minusem („-”).

Tabela 20. Zmiany cen dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w grupach wyszczególnionych z uwagi na status życia artysty w momencie sprzedaży

Lp.	Średnia zmiana ceny pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą			Pozytywna/negatywna zmiana ceny względem transakcji z udziałem prac artystów żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej (grupa ŻN)		Różnica zmian cen względem transakcji z udziałem prac artystów żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej (grupa ŻN)	
	NN	ŻN	ŻŻ	NN	ŻŻ	NN	ŻŻ
1	89%	456%	177%	+	+	366%	279%
2	156%	354%		+		198%	
3	156%	354%		+		198%	
4	103%	384%	560%	+	-	282%	-176%
5	85%	650%		+		565%	
6	28%	359%		+		331%	
7		159%					
8	60%	-68%		-		-128%	
9	49%	287%	20%	+	+	238%	267%

10	79%	287%	20%	+	+	208%	267%
11	35%	20%	286%	-	-	-16%	-267%
12	91%	26%		-		-65%	
13	26%	84%	27%	+	+	57%	56%
14	26%	84%	27%	+	+	57%	56%
15		85%					
16	38%	2100%		+		2062%	
17	49%	125%	1%	+	+	76%	124%
18	33%	184%		+		151%	
19	7%	329%		+		321%	
20	16%	611%	25%	+	+	595%	586%
21	121%	926%	217%	+	+	805%	709%
22	125%	926%		+		801%	
23	62%	163%	82%	+	+	101%	82%
24	119%	220%	138%	+	+	101%	82%
25	242%	42%		-		-200%	
26	75%	180%		+		105%	
27	312%	42%		-		-269%	
28	83%	-41%	143%	-	-	-124%	-184%
29	33%	79%		+		46%	
30	0%	67%	67%	+	-	67%	0%
31	77%	71%		-		-6%	
32	98%	567%		+		469%	
33	43%	288%		+		245%	
34	-20%	18%		+		38%	
35	12%	-4%		-		-16%	
36	75%	8%		-		-67%	
37	-20%	41%	-11%	+	+	61%	52%
38	4%	-28%		-		-32%	
39	37%	37%		+		0%	
40	14%	-28%	233%	-	-	-42%	-261%
41	23%	37%		+		14%	
42	-22%	-4%		+		18%	
43	-41%	75%	-63%	+	+	116%	138%
44	2%	68%		+		66%	
45	-19%	52%		+		71%	
46	-41%	103%	-63%	+	+	144%	166%
47	36%	15%		-		-21%	
48	52%	-56%		-		-108%	
49	-29%	18%	-33%	+	+	47%	51%
50	-19%	-7%	20%	+	-	12%	-27%
51	22%	20%	10%	-	+	-2%	10%
52	22%	20%	10%	-	+	-2%	10%
53	59%	598%		+		539%	
54	13%	139%	11%	+	+	126%	128%
55	3%	56%	166%	+	-	52%	-111%
56	56%	-14%	-6%	-	-	-71%	-8%
57	41%	-14%	2%	-	-	-55%	-16%
58	38%	154%	44%	+	+	116%	110%
59	13%	115%	-7%	+	+	102%	123%

60	23%	44%	6%	+	+	21%	38%
61	28%	44%	5%	+	+	16%	39%
62	50%	44%	8%	-	+	-6%	37%
63	33%	99%	47%	+	+	66%	53%
64	11%	76%	77%	+	-	64%	-1%
65	19%	80%	76%	+	+	61%	4%
66	18%	7%	7%	-	-	-11%	-1%
67	13%	108%	16%	+	+	95%	92%
68	13%	2%	81%	-	-	-11%	-78%
69	16%	-3%	118%	-	-	-19%	-121%
70	14%	0%	90%	-	-	-14%	-90%
71	13%	-3%	103%	-	-	-16%	-105%
72	13%	62%	5%	+	+	49%	57%
73	12%	62%	54%	+	+	50%	8%
Średnia	44%	170%	67%			128%	52%

Źródło: opracowanie własne

Wyniki tej analizy wskazują, że w 48 z 71 przypadków (68%), zmiana cen dzieł sztuki twórców żyjących tylko podczas pierwszej transakcji była bardziej pozytywna od zmian cen prac nieżyjących artystów. Ponadto, średnia różnica jeśli chodzi o zmiany cen była o 128 p.p. wyższa w grupie ŻN. Z drugiej strony, w porównaniu z grupą prac artystów żyjących podczas obu sprzedaży, w grupie ŻN zaobserwowano wyższą pozytywną zmianę cen dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w 27 z 42 przypadków (64%). Również w odniesieniu do prac twórców żyjących podczas obu sprzedaży średnia różnica zmian cen była wyższa dla dzieł sztuki z grupy ŻN (o 52 p.p.). Podsumowując tę analizę, zarówno większy odsetek prac, które notowały wyższe ceny pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą, jak i wyższa średnia zmiana cen pomiędzy transakcjami mogą świadczyć o wpływie śmierci na uzyskany efekt.

Dążąc do zidentyfikowania „efektu śmierci”, analizie poddano zmiany cen w latach przed i po śmierci. W tym celu, dla danego artysty skalkulowano średnią cenę prac, jaką uzyskano za dzieła sprzedane w okresie na pięć lat przed śmiercią tj. cenę przedśmiertną. Następnie obliczono relacje cen – do ceny przedśmiertnej odniesiono średnie ceny prac w poszczególnych latach poprzedzających śmierć (z roku, dwóch, trzech, czterech i co najmniej pięciu lat przed śmiercią) oraz następujących bezpośrednio po śmierci. W zależności od czasu, jaki upłynął od śmierci do transakcji wyróżniono grupy dzieł sztuki licytowane w roku śmierci (przed i po śmierci), rok po śmierci, dwa, trzy, cztery i pięć lat po śmierci. Do analizy włączono tym samym wyłącznie tych artystów, w przypadku których odnotowano transakcje zarówno za życia jak i po śmierci. Próbę ograniczono do twórców, w przypadku których odnotowano co

najmniej 20 transakcji. Odwołanie się do wielkości stosunkowych pozwoliło na zgłębienie problemu bez względu na średnie ceny dzieł poszczególnych artystów.

Tabela 21. Relacje cen sprzedaży względem cen przedśmiertnych w grupach w zależności od czasu pomiędzy śmiercią a transakcją

Czas, kiedy odbyły się transakcje	Liczba transakcji	Średnia cena dzieł licytowanych w poszczególnych latach przed i po śmierci [PLN]	Mediana relacji cen w poszczególnych latach przed i po śmierci	Średnia relacja cen w poszczególnych latach przed i po śmierci
co najmniej 5 lat przed śmiercią	373	20 785,11	0,57	0,87
4 lata przed śmiercią	79	34 918,35	0,96	1,00
3 lata przed śmiercią	120	42 038,33	0,91	1,04
2 lata przed śmiercią	142	40 870,42	0,84	1,02
rok przed śmiercią	146	49 940,75	0,78	1,01
w roku śmierci przed śmiercią	80	53 976,25	0,70	0,99
w roku śmierci po śmierci	83	42 011,45	1,08	1,62
rok po śmierci	164	62 924,70	1,08	1,47
2 lata po śmierci	104	100 960,58	1,31	2,21
3 lata po śmierci	96	250 013,54	1,47	2,65
4 lata po śmierci	94	161 837,23	1,15	1,80
5 lat po śmierci	74	107 371,62	1,11	2,12
Ogółem	1555	67 160,80	1,00	1,48

Źródło: opracowanie własne

Tabela 21 przedstawia relacje cen dzieł sztuki sprzedawanych w poszczególnych latach przed i po śmierci odniesione do średniej ceny prac za życia twórcy (tj. ceny przedśmiertnej). Od roku śmierci artysty zaobserwowano stopniowy wzrost cen aż do trzeciego roku po śmierci, po czym nastąpił spadek. Transakcje mające miejsce na trzy lata od śmierci twórcy osiągały ponad trzykrotnie wyższe ceny od średniej ceny prac licytowanych za życia.

Istotność wskazanych różnic oszacowano za pomocą nieparametrycznego testu Kruskala-Wallisa (dane nie spełniały warunków do zastosowania parametrycznej analizy wariancji). Tabela 22 przedstawia wyniki testu istotności różnic w zakresie relacji cen licytowanych w poszczególnych latach przed i po śmierci względem cen przedśmiertnych.

Tabela 22. Test istotności różnic relacji cen licytowanych w poszczególnych latach przed i po śmierci w odniesieniu do cen przedśmiertnych

Grupy w zależności od czasu pomiędzy śmiercią a transakcją	Wartość statystyki testowej	Błąd standardowy	Standaryzowana wartość statystyki testowej	Istotność
co najmniej 5 lat przed śmiercią-w roku śmierci przed śmiercią	113,67	55,33	2,05	1,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-4 lata przed śmiercią	-150,47	55,61	-2,71	0,45
co najmniej 5 lat przed śmiercią-rok przed śmiercią	-161,23	43,84	-3,68	0,02
co najmniej 5 lat przed śmiercią-2 lata przed śmiercią	-165,69	44,28	-3,74	0,01
co najmniej 5 lat przed śmiercią-3 lata przed śmiercią	-198,14	47,13	-4,21	0,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-w roku śmierci po śmierci	-298,17	54,50	-5,47	0,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-4 lata po śmierci	-319,73	51,82	-6,17	0,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-rok po śmierci	-325,69	42,07	-7,74	0,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-5 lat po śmierci	-356,77	57,14	-6,24	0,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-2 lata po śmierci	-403,71	49,79	-8,11	0,00
co najmniej 5 lat przed śmiercią-3 lata po śmierci	-457,19	51,39	-8,90	0,00
4 lata przed śmiercią-rok przed śmiercią	-10,76	62,72	-0,17	1,00
4 lata przed śmiercią-2 lata przed śmiercią	-15,21	63,03	-0,24	1,00
4 lata przed śmiercią-3 lata przed śmiercią	-47,67	65,06	-0,73	1,00
4 lata przed śmiercią-w roku śmierci po śmierci	-147,69	70,58	-2,09	1,00
4 lata przed śmiercią-4 lata po śmierci	-169,26	68,54	-2,47	0,89
4 lata przed śmiercią-rok po śmierci	-175,22	61,50	-2,85	0,29
4 lata przed śmiercią-5 lat po śmierci	-206,29	72,64	-2,84	0,30
4 lata przed śmiercią-2 lata po śmierci	-253,24	67,02	-3,78	0,01
4 lata przed śmiercią-3 lata po śmierci	-306,71	68,21	-4,50	0,00
3 lata przed śmiercią-w roku śmierci po śmierci	-100,02	64,11	-1,56	1,00
3 lata przed śmiercią-4 lata po śmierci	-121,59	61,85	-1,97	1,00
3 lata przed śmiercią-rok po śmierci	-127,55	53,94	-2,37	1,00
3 lata przed śmiercią-5 lat po śmierci	-158,62	66,37	-2,39	1,00
3 lata przed śmiercią-2 lata po śmierci	-205,57	60,16	-3,42	0,04
3 lata przed śmiercią-3 lata po śmierci	-259,04	61,49	-4,21	0,00

2 lata przed śmiercią-3 lata przed śmiercią	32,46	55,68	0,58	1,00
2 lata przed śmiercią-w roku śmierci po śmierci	-132,48	62,04	-2,14	1,00
2 lata przed śmiercią-4 lata po śmierci	-154,05	59,71	-2,58	0,65
2 lata przed śmiercią-rok po śmierci	-160,00	51,47	-3,11	0,12
2 lata przed śmiercią-5 lat po śmierci	-191,08	64,38	-2,97	0,20
2 lata przed śmiercią-2 lata po śmierci	-238,03	57,95	-4,11	0,00
2 lata przed śmiercią-3 lata po śmierci	-291,50	59,33	-4,91	0,00
rok przed śmiercią-2 lata przed śmiercią	4,45	52,92	0,08	1,00
rok przed śmiercią-3 lata przed śmiercią	36,91	55,33	0,67	1,00
rok przed śmiercią-w roku śmierci po śmierci	-136,93	61,73	-2,22	1,00
rok przed śmiercią-4 lata po śmierci	-158,50	59,38	-2,67	0,50
rok przed śmiercią-rok po śmierci	-164,45	51,09	-3,22	0,09
rok przed śmiercią-5 lat po śmierci	-195,53	64,08	-3,05	0,15
rok przed śmiercią-2 lata po śmierci	-242,48	57,62	-4,21	0,00
rok przed śmiercią-3 lata po śmierci	-295,95	59,00	-5,02	0,00
w roku śmierci przed śmiercią-4 lata przed śmiercią	-36,81	71,22	-0,52	1,00
w roku śmierci przed śmiercią-rok przed śmiercią	-47,57	62,46	-0,76	1,00
w roku śmierci przed śmiercią-2 lata przed śmiercią	-52,02	62,77	-0,83	1,00
w roku śmierci przed śmiercią-3 lata przed śmiercią	-84,48	64,81	-1,30	1,00
w roku śmierci przed śmiercią-w roku śmierci po śmierci	-184,50	70,35	-2,62	0,58
w roku śmierci przed śmiercią-4 lata po śmierci	-206,06	68,30	-3,02	0,17
w roku śmierci przed śmiercią-rok po śmierci	-212,02	61,24	-3,46	0,04
w roku śmierci przed śmiercią-5 lat po śmierci	-243,10	72,42	-3,36	0,05
w roku śmierci przed śmiercią-2 lata po śmierci	-290,05	66,78	-4,34	0,00
w roku śmierci przed śmiercią-3 lata po śmierci	-343,52	67,98	-5,05	0,00
w roku śmierci po śmierci-4 lata po śmierci	-21,56	67,63	-0,32	1,00
w roku śmierci po śmierci-rok po śmierci	-27,52	60,49	-0,46	1,00
w roku śmierci po śmierci-5 lat po śmierci	-58,60	71,79	-0,82	1,00
w roku śmierci po śmierci-2 lata po śmierci	-105,55	66,09	-1,60	1,00

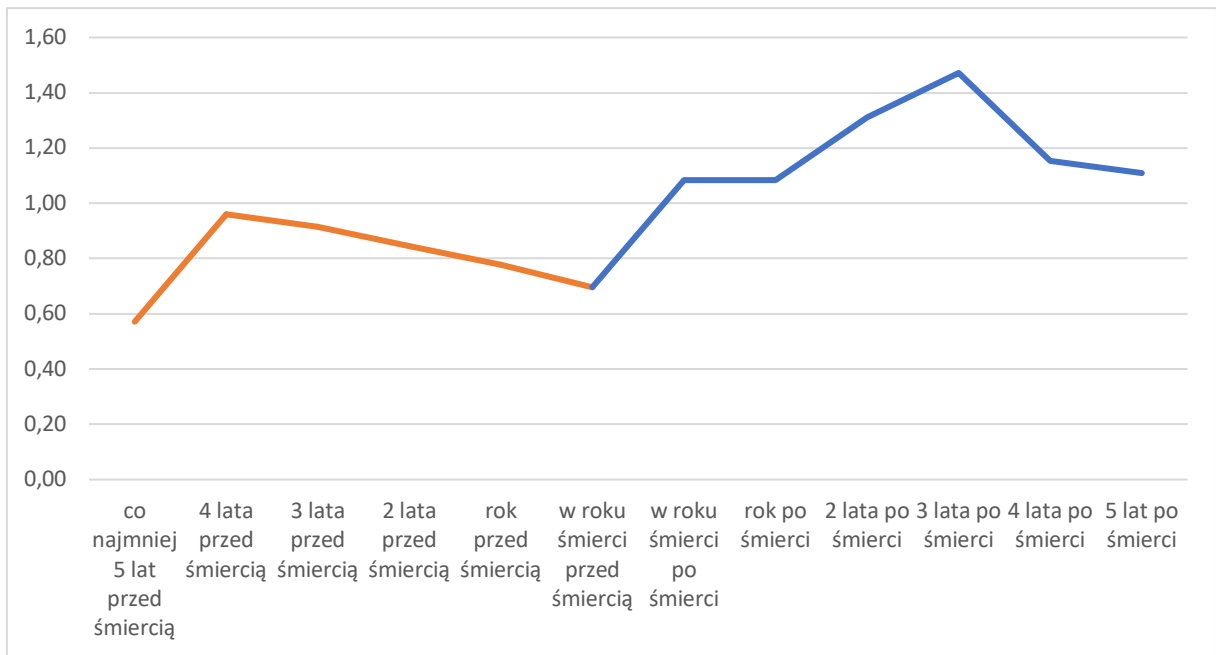
Źródło: opracowanie własne

Zaobserwowano istotne różnice w relacjach cen dzieł sztuki licytowanych co najmniej pięć lat przed śmiercią w stosunku do dzieł sprzedawanych co najmniej rok po śmierci (transakcje pośmiertne osiągały wyższe ceny). Z punktu widzenia „efektu śmierci” znacząca obserwacja dotyczy również istotnie wyższych cen dzieł sztuki w stosunku do cen przedśmiertnych

uzyskanych za prace sprzedane w rok, dwa, trzy i pięć lat po śmierci w porównaniu z rokiem śmierci twórcy, ale tylko gdy sprzedaż poprzedzała śmierć. Analizując transakcje, które odbyły się w roku śmierci i nastąpiły już po niej, nie zaobserwowano istotnych różnic w odniesieniu do cen osiągniętych w innych latach po śmierci. Mediany relacji cen w poszczególnych grupach przedstawia wykres 1.

Wnioski z analizy są spójne z badaniem przeprowadzonym przez Etro i Stepanovą (2015), gdzie zaobserwowano wzrost cen na rok i dwa lata po śmierci twórcy. Nieco inne konkluzje płyną z badania Fricka i Knebela (2014), gdzie przez pierwsze dwa lata po śmierci nie zaobserwowano wzrostu cen – zaobserwowano go dopiero na 4–5 lat po tym, jak twórca zmarł.

Wpływ efektu antycypacji śmierci twórcy na ceny dzieł sztuki zbadano, porównując relacje cen przedśmiertnych w różnych okresach. Istotne różnice relacji cen przedśmiertnych dotyczyły tylko okresów od roku do trzech lat przed śmiercią w stosunku do okresu na pięć lat i więcej przed śmiercią. W tym zakresie można zatem zaobserwować wzrost cen w dzieł sztuki jeszcze przed śmiercią. Rezultaty nie wykazały różnic w relacjach cen uzyskiwanych w roku śmierci przed śmiercią do cen w pozostałych latach przed śmiercią. Wyniki te są zgodne z badaniami Ekelunda i in. (2017) wskazującymi na wzrost cen dzieł sztuki w okresie bliskim śmierci artysty tj. w antycypacji śmierci oraz w czasie bezpośrednio po śmierci. Konkluzje te są spójne z teorią wyjaśniającą zjawisko odwołującą się do przypuszczenia Coase'a. Podobnie, w jednym z modeli tego badania nie zaobserwowano istotnych zmian cen w roku śmierci twórcy.



Wykres 1. Mediany relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od czasu pomiędzy śmiercią a transakcją

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę trwałość zjawiska, różnic relacji cen nie obserwuje się dla prac licytowanych w roku śmierci w odniesieniu do dzieł, w przypadku których od śmierci do sprzedaży minęło pięć lat. Relacje cen z pięciu lat po śmierci do cen przedśmiertnych różnią się istotnie od relacji cen na co najmniej pięć lat przed śmiercią w stosunku do cen przedśmiertnych. Wnioski nie potwierdzają ustaleń Ekelunda i in. (2000), Maddisona i Pedersena (2008) czy Seçkina i Atukerena (2011), że po pośmiertnym wzroście ceny wracają do poziomu sprzed śmierci. Rezultaty są spójne z ustaleniami Ekelunda i in. (2017) i Penasse'a i in. (2020), którzy wskazali na dłuższą perspektywę oddziaływania śmierci na ceny licytowanych prac. Brak istotnych różnic relacji cen jeśli chodzi o dzieła licytowane rok, dwa i trzy lata po śmierci nie pozwala określić, kiedy spodziewać się można najbardziej znaczącego wzrostu. Nie zmienia to faktu, że wskazana analiza dostarcza dowodów na pośmiertny wzrost cen dzieł sztuki w porównaniu z cenami osiąganymi za życia twórców.

W kolejnym kroku występowanie „efektu śmierci” na rynku sztuki sprawdzono za pomocą regresji hedonicznej, odnosząc się do kształtowania się cen dzieł sztuki w kolejnych latach po śmierci. W tym celu, do modelu hedonicznego (model 2) włączono zmienne zero-jedynkowe odnoszące się do czasu, jaki upłynął pomiędzy śmiercią a transakcją.

Tabela 23. Podsumowanie analizy regresji hedonicznej – model 2

Model	Suma kwadratów	df	F	Istotność
Regresja	45 570,34	75,00	427,17	0,00
Reszta	56 631,72	39 814,00		
Ogółem	102 202,06	39 889,00		
	R	R-kwadrat	Skorygowane R-kwadrat	Błąd standardowy oszacowania
	0,67	0,45	0,45	1,19

Źródło: opracowanie własne

Model 2 uwzględniał zmienne wskazujące, że transakcja odbyła się w roku śmierci, rok po śmierci, dwa lata po śmierci i trzy lata po śmierci. Dzięki temu możliwe było zaobserwowanie czy fakt sprzedaży dzieł w okresie pośmiertnym wpływa na poziom cen. Z modelu 2 wyłączono zmienną status życia, natomiast pozostałe zmienne pozostały takie same. Analizę tę przeprowadzono na całej próbie dzieł.

Podsumowanie analizy regresji hedonicznej przedstawia tabela 23. Poziom istotności $p < 0,001$ wskazuje, że oszacowany model istotnie wyjaśnia zmienność zmiennej zależnej (ceny). Dobroć dopasowania modelu regresji oceniono za pomocą wartości R-kwadrat i skorygowane R-kwadrat. Model wyjaśnia 45% zmienności zmiennej zależnej.

Tabela 24. Wyniki analizy regresji hedonicznej – model 2

Zmienna	α_j	Błąd stand.	Beta	t	p	EXP	Zmiana %
Stała α_0	4,06	0,09		43,73	0,00		
Rok sprzedaży	<i>uwzględniono</i>						
Podłoże – deska	0,63	0,06	0,05	11,51	0,00	1,89	89%
Podłoże – drewno	0,64	0,21	0,01	3,04	0,00	1,89	89%
Podłoże – folia celulooidowa	-0,09	0,85	0,00	-0,10	0,92	0,92	-8%
Podłoże – karton	-0,20	0,06	-0,01	-3,31	0,00	0,82	-18%
Podłoże – papier	-0,20	0,04	-0,04	-5,50	0,00	0,82	-18%
Podłoże – papier, folia celulooidowa	-0,39	0,20	-0,01	-1,98	0,05	0,68	-32%
Podłoże – papier, tektura	0,32	0,13	0,01	2,45	0,01	1,38	38%
Podłoże – płyta	0,02	0,04	0,00	0,54	0,59	1,02	2%
Podłoże – płótno	-0,39	0,03	-0,12	-13,82	0,00	0,68	-32%
Podłoże – płótno, deska	0,64	0,17	0,01	3,70	0,00	1,90	90%
Podłoże – płótno, papier	0,67	0,17	0,02	4,09	0,00	1,96	96%
Podłoże – płótno, tektura	0,22	0,08	0,01	2,65	0,01	1,24	24%
Podłoże – sklejka	0,14	0,06	0,01	2,25	0,03	1,15	15%

Technika – akryl	-0,38	0,03	-0,09	-13,78	0,00	0,68	-32%
Technika – akryl, kolaż	-0,20	0,17	-0,01	-1,23	0,22	0,82	-18%
Technika – akryl, olej	-0,43	0,05	-0,04	-9,08	0,00	0,65	-35%
Technika – akryl, ołówek	0,39	0,18	0,01	2,15	0,03	1,47	47%
Technika – akryl, relief	1,15	0,12	0,04	10,03	0,00	3,16	216%
Technika – akryl, spray	-0,80	0,12	-0,03	-6,59	0,00	0,45	-55%
Technika – akryl, szablon	-0,15	0,17	0,00	-0,90	0,37	0,86	-14%
Technika – akryl, technika miesz.	-0,58	0,14	-0,02	-4,20	0,00	0,56	-44%
Technika – akryl, technika własna	-0,57	0,10	-0,02	-5,89	0,00	0,57	-43%
Technika – akryl, tempera	0,23	0,15	0,01	1,58	0,11	1,26	26%
Technika – akwarela	0,03	0,04	0,00	0,73	0,46	1,03	3%
Technika – akwarela, bla druk	-0,81	0,18	-0,02	-4,57	0,00	0,45	-55%
Technika – akwarela, gwasz	-0,05	0,06	0,00	-0,88	0,38	0,95	-5%
Technika – akwarela, kredka	0,06	0,17	0,00	0,34	0,73	1,06	6%
Technika – akwarela, ołówek	-0,14	0,06	-0,01	-2,21	0,03	0,87	-13%
Technika – akwarela, tusz	-0,26	0,06	-0,02	-4,43	0,00	0,77	-23%
Technika – farby emulsyjne	-0,22	0,87	0,00	-0,25	0,80	0,80	-20%
Technika – gwasz	0,03	0,05	0,00	0,52	0,60	1,03	3%
Technika – gwasz, ołówek	-0,18	0,18	0,00	-1,01	0,31	0,84	-16%
Technika – gwasz, tusz	-0,04	0,13	0,00	-0,28	0,78	0,97	-3%
Technika – kolaż	0,04	0,16	0,00	0,24	0,81	1,04	4%
Technika – litografia	-0,90	0,17	-0,02	-5,41	0,00	0,41	-59%
Technika – olej	0,49	0,02	0,15	20,14	0,00	1,64	64%
Technika – olej, kolaż	0,47	0,13	0,01	3,53	0,00	1,60	60%
Technika – olej, technika miesz.	0,56	0,17	0,01	3,23	0,00	1,74	74%
Technika – pastel	0,26	0,05	0,03	5,72	0,00	1,29	29%
Technika – technika mieszana	-0,35	0,05	-0,03	-7,78	0,00	0,70	-30%
Technika – technika własna	-0,17	0,06	-0,01	-3,05	0,00	0,85	-15%
Sygnatura	-0,03	0,02	-0,01	-1,57	0,12	0,97	-3%
Dom aukcyjny – Agra-Art	0,65	0,03	0,14	22,95	0,00	1,91	91%
Dom aukcyjny – Polswiss Art	0,69	0,02	0,14	32,81	0,00	2,00	100%
Dom aukcyjny – Rempex	0,01	0,03	0,00	0,49	0,62	1,01	1%
Dom aukcyjny – Sop. Dom Aukcyjny	-0,42	0,02	-0,10	-25,21	0,00	0,66	-34%
Ln pole	0,25	0,01	0,17	35,40	0,00	1,28	28%
Ln wyniki Google	0,20	0,00	0,22	53,92	0,00	1,22	22%
Ln liczba dzieł	0,30	0,01	0,27	66,60	0,00	1,35	35%
Transakcja w roku śmierci	0,23	0,08	0,01	2,90	0,00	1,25	25%
Transakcja w roku po śmierci	0,35	0,08	0,02	4,67	0,00	1,42	42%
Transakcja 2 lata po śmierci	0,47	0,08	0,02	5,99	0,00	1,60	60%
Transakcja 3 lata po śmierci	0,54	0,09	0,02	6,43	0,00	1,72	72%

Źródło: opracowanie własne

Wyniki analizy regresji hedonicznej (tabela 24) wskazały, że transakcje odbywające się w roku śmierci i w latach bezpośrednio po śmierci są istotnymi zmiennymi w modelu. W przypadku każdej ze zmiennych zaobserwowano pozytywny wpływ na ceny licytowanych prac. Ponadto, zaobserwowano, że zmiana procentowa w przypadku każdego kolejnego okresu od śmierci była coraz większa. Sprzedaż dzieła w roku śmierci wiązała się ze wzrostem cen o 25% przy niezmiennym poziomie pozostałych czynników. Sprzedaż dzieła w roku po śmierci wpływała na wzrost cen o 42%, dwa lata po śmierci – o 60% natomiast trzy lata po śmierci – o 72%. Wyniki te są spójne z hipotezą dotyczącą występowania na rynku sztuki „efektu śmierci” – jeśli transakcja odbywała się bezpośrednio po śmierci wiązało się to z pozytywną zmianą ceny. Konkluzje nie odbiegają od wniosków płynących z badania istotności różnic relacji cen pośmiertnych do przedśmiertnych. Wyniki regresji hedonicznej dostarczyły dowodów na wzrost cen dzieł sztuki już w roku śmierci, co natomiast nie wynika z badania istotności różnic relacji cen.

Rezultaty te okazały się być spójne z wynikami badania Seękina i Atukerena (2011), w którym fakt, że dzieła licytowane były do 12 miesięcy po śmierci był istotnym czynnikiem dla cen sprzedawanych prac. Sprzedaż dzieł w ciągu roku od śmierci twórcy wiązała się ze wzrostem cen. Wyniki potwierdzają również zależności wskazane w badaniu Etro i Stepanovej (2015), w którym fakt sprzedaży dzieła w okresie od roku do dwóch lat po śmierci istotnie i pozytywnie wpływał na ceny licytowanych dzieł.

Ostatnią zastosowaną metodą mającą posłużyć identyfikacji „efektu śmierci” na rynku sztuki była regresja powtórnej sprzedaży. Skonstruowanie indeksów cen artystów żyjących podczas obu transakcji (grupa ŻŻ), nieżyjących podczas obu transakcji (grupa NN) oraz żyjących podczas pierwszej transakcji i nieżyjących podczas drugiej transakcji (grupa ŻN) pozwala na porównanie zmienności cen we wskazanych grupach w analizowanym okresie. Jest to tym samym, najbardziej ogólny sposób weryfikacji badanego zjawiska. Z punktu widzenia poruszanego w pracy problemu, szczególnie istotne jest zaobserwowanie dynamiki zmian cen w przypadku artystów zmarłych między pierwszą a drugą transakcją (grupa ŻN).

Do kalkulacji regresji powtórnej sprzedaży nie włączono par transakcji, które odbyły się w tym samym roku. W kalkulacji uwzględniono ostatecznie 1371 pary transakcji, co stanowi 6,5% wszystkich transakcji w próbie. Zestawienie par transakcji uwzględnionych w analizie przedstawia tabela 25. Średnia cena wszystkich dzieł sztuki sprzedanych więcej niż raz, które

uwzględniono w modelu regresji powtórnej sprzedaży wyniosła 63 520,70 PLN i była znacząco wyższa od średniej dla wszystkich prac (24 089,61 PLN). Z uwagi na niewielką liczbę transakcji w próbie przed 2000 rokiem, jako rok bazowy przyjęto rok 2000.

Tabela 25. Zestawienie par transakcji uwzględnionych w regresji powtórnej sprzedaży

Rok sprzedaży	Pierwsza sprzedaż	Druga sprzedaż	Ogółem
2000	46	0	46
2001	59	5	64
2002	38	11	49
2003	55	8	63
2004	51	14	65
2005	53	19	72
2006	52	23	75
2007	47	28	75
2008	58	32	90
2009	52	31	83
2010	47	17	64
2011	55	37	92
2012	54	34	88
2013	69	43	112
2014	81	57	138
2015	134	72	206
2016	112	106	218
2017	118	137	255
2018	121	179	300
2019	69	251	320
2020	0	267	267

Źródło: opracowanie własne

Wyniki analizy regresji powtórnej sprzedaży w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na status życia artysty (tabela 26) wskazują, że każdy model był istotny ($p < 0,001$). Oznacza to, że oszacowane modele wyjaśniają zmienność zmiennej zależnej (ceny).

Tabela 26. Podsumowanie analizy regresji powtórnej sprzedaży w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na status życia artysty

Grupa	Model	Suma kwadratów	<i>df</i>	Średni kwadrat	<i>F</i>	Istotność
NN	Regresja	49,51	20	2,48	13,40	<0,001
	Reszta	161,71	875	0,19		
	Ogółem	211,23	895			
ŻN	Regresja	52,26	19	2,75	7,18	<0,001
	Reszta	20,70	54	0,38		
	Ogółem	72,96	73			
ŻŻ	Regresja	53,92	20	2,70	9,31	<0,001

Reszta	109,47	378	0,29
Ogółem	163,39	398	

Źródło: opracowanie własne

Wartości R-kwadrat i skorygowanego R-kwadrat pozwalają na ocenę dobroci dopasowania modeli regresji (tabela 27). W przypadku cen dzieł sztuki twórców zmarłych pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą model tłumaczy 72% zmienności (biorąc pod uwagę liczbę predyktorów – 62%). Modele dla grup NN i ŻŻ tłumaczą, kolejno, 23% i 22% zmienności zmiennej zależnej (z uwzględnieniem liczby predyktorów jest to 22% i 30%).

Tabela 27. Dobroć dopasowania modelu regresji

Grupa	R	R-kwadrat	Skorygowane R-kwadrat	Błąd standardowy oszacowania
NN	0,48	0,23	0,22	0,43
ŻN	0,85	0,72	0,62	0,62
ŻŻ	0,57	0,33	0,30	0,54

Źródło: opracowanie własne

Tabela 28 przedstawia współczynniki regresji dla indeksów cen dzieł sztuki w porównywanych grupach w latach 2001–2020.

Tabela 28. Współczynniki regresji powtórnej sprzedaży w grupach wyróżnionych ze względu na status życia artysty

Rok	Niestandaryzowane współczynniki		Standaryzowane współczynniki		
	B	Błąd stand.	Beta	t	Istotność
Grupa NN					
2000	-0,41	0,07	-0,19	-6,00	0,00
2001	-0,43	0,07	-0,18	-5,74	0,00
2002	-0,42	0,07	-0,20	-6,18	0,00
2003	-0,45	0,07	-0,23	-6,93	0,00
2004	-0,56	0,06	-0,28	-8,76	0,00
2005	-0,37	0,06	-0,20	-6,04	0,00
2006	-0,20	0,06	-0,10	-3,21	0,00
2007	0,05	0,06	0,03	0,85	0,39
2008	-0,05	0,06	-0,03	-0,90	0,37
2009	-0,13	0,09	-0,04	-1,44	0,15
2010	-0,05	0,07	-0,02	-0,72	0,47
2011	-0,25	0,07	-0,12	-3,67	0,00
2012	-0,21	0,07	-0,10	-3,04	0,00
2013	-0,23	0,06	-0,13	-3,85	0,00
2014	-0,08	0,05	-0,06	-1,56	0,12
2015	0,04	0,06	0,03	0,71	0,48

2016	0,13	0,05	0,09	2,62	0,01
2017	0,11	0,04	0,09	2,66	0,01
2018	0,10	0,03	0,10	3,01	0,00
2019	0,04	0,03	0,04	1,23	0,22
2020	-1,36	0,36	-0,42	-3,74	0,00
Grupa ŻN					
2000	-0,89	0,44	-0,18	-2,00	0,05
2001	-0,89	0,31	-0,30	-2,92	0,01
2002	-1,84	0,38	-0,43	-4,83	0,00
2003	-0,47	0,32	-0,13	-1,44	0,16
2004	-1,16	0,36	-0,30	-3,24	0,00
2005	0,08	0,29	0,03	0,28	0,78
2006	-0,47	0,31	-0,15	-1,51	0,14
2007	-0,49	0,52	-0,08	-0,94	0,35
2008	-1,23	0,43	-0,29	-2,88	0,01
2009	-0,64	0,49	-0,11	-1,31	0,20
2010	-1,01	0,42	-0,21	-2,41	0,02
2011	-0,31	0,25	-0,13	-1,23	0,23
2012	-0,04	0,28	-0,02	-0,14	0,89
2013	0,59	0,35	0,23	1,67	0,10
2014	-0,15	0,35	-0,05	-0,42	0,68
2015	-0,31	0,37	-0,09	-0,85	0,40
2016	-0,24	0,21	-0,10	-1,14	0,26
2017	-1,11	0,18	-0,29	-6,15	0,00
2018	-0,77	0,21	-0,16	-3,63	0,00
2019	-0,86	0,19	-0,21	-4,62	0,00
2020	-0,57	0,19	-0,13	-3,01	0,00
Grupa ŻŻ					
2000	-0,84	0,17	-0,23	-4,99	0,00
2001	-0,72	0,18	-0,19	-4,00	0,00
2002	-0,10	0,17	-0,03	-0,60	0,55
2003	-0,43	0,16	-0,12	-2,62	0,01
2004	-0,19	0,13	-0,07	-1,44	0,15
2005	-0,22	0,11	-0,10	-2,04	0,04
2006	-0,54	0,11	-0,27	-4,80	0,00
2007	-0,32	0,11	-0,16	-2,90	0,00
2008	-0,11	0,09	-0,07	-1,14	0,26
2009	-0,30	0,09	-0,18	-3,37	0,00
2010	-0,41	0,09	-0,25	-4,55	0,00
2011	0,13	0,11	0,07	1,19	0,24
2012	-0,13	0,10	-0,08	-1,34	0,18
2013	-0,20	0,09	-0,13	-2,37	0,02
2014	0,18	0,07	0,12	2,45	0,02
2015	0,31	0,05	0,29	6,12	0,00
2016	0,23	0,22	0,12	1,04	0,30
2017	-0,24	0,21	-0,10	-1,14	0,26
2018	-1,11	0,18	-0,29	-6,15	0,00
2019	-0,77	0,21	-0,16	-3,63	0,00
2020	-0,86	0,19	-0,21	-4,62	0,00

Źródło: opracowanie własne

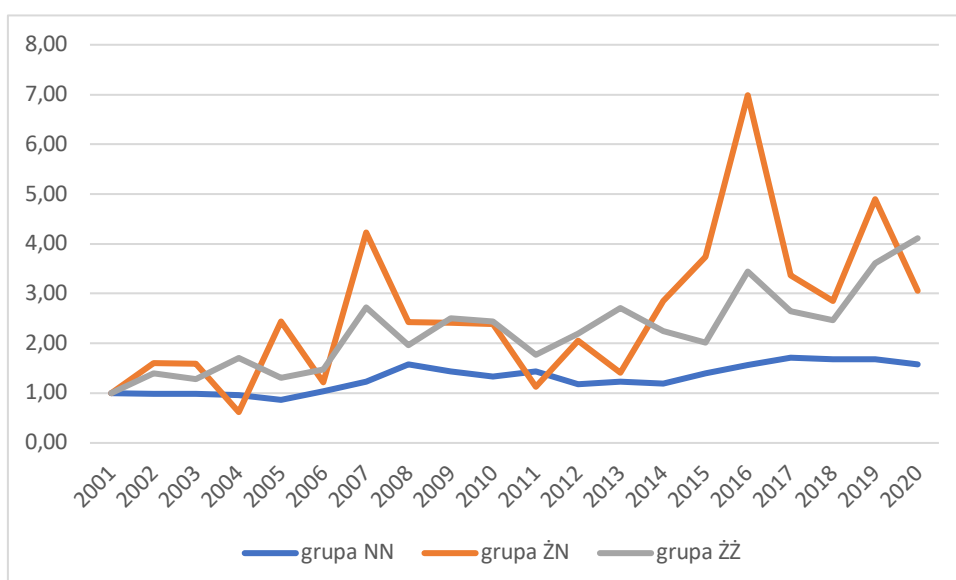
Tabela 29 przedstawia wartości indeksów cen dzieł sztuki w poszczególnych grupach wyodrębnionych ze względu na status życia artysty. Z uwagi na niewystarczającą ilość danych, w grupie prac artystów zmarłych między pierwszą a drugą transakcją dokonano interpolacji wartości indeksu dla 2009 roku.

Tabela 29. Indeksy cen dzieł sztuki artystów nieżyjących podczas obu sprzedaży, żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej sprzedaży oraz żyjących podczas obu sprzedaży

Rok	Indeks o podstawie w 2000 r.			Indeks o podstawie w 2001 r.			Indeks łańcuchowy		
	Grupa NN	Grupa ŻN	Grupa ŻŻ	Grupa NN	Grupa ŻN	Grupa ŻŻ	Grupa NN	Grupa ŻN	Grupa ŻŻ
2001	0,66	0,26	0,33	1	1	1			
2002	0,65	0,41	0,46	0,99	1,60	1,40	0,99	1,60	1,40
2003	0,65	0,41	0,42	0,99	1,59	1,28	1,00	0,99	0,91
2004	0,64	0,16	0,57	0,96	0,62	1,71	0,97	0,39	1,34
2005	0,57	0,63	0,43	0,87	2,44	1,31	0,90	3,94	0,76
2006	0,69	0,31	0,49	1,04	1,22	1,47	1,21	0,50	1,13
2007	0,82	1,09	0,90	1,23	4,22	2,72	1,18	3,46	1,85
2008	1,05	0,62	0,65	1,58	2,43	1,97	1,29	0,57	0,72
2009	0,95	0,62	0,83	1,43	2,41	2,50	0,90	0,99	1,27
2010	0,88	0,61	0,81	1,33	2,39	2,44	0,93	0,99	0,97
2011	0,95	0,29	0,59	1,44	1,13	1,77	1,08	0,47	0,73
2012	0,78	0,53	0,73	1,17	2,05	2,19	0,82	1,81	1,24
2013	0,81	0,36	0,90	1,23	1,41	2,72	1,05	0,69	1,24
2014	0,79	0,73	0,74	1,20	2,86	2,25	0,97	2,02	0,83
2015	0,93	0,96	0,66	1,40	3,74	2,01	1,17	1,31	0,89
2016	1,04	1,80	1,14	1,57	6,99	3,44	1,12	1,87	1,71
2017	1,13	0,86	0,88	1,71	3,36	2,65	1,09	0,48	0,77
2018	1,11	0,73	0,82	1,68	2,85	2,47	0,98	0,85	0,93
2019	1,11	1,26	1,19	1,68	4,90	3,61	1,00	1,72	1,46
2020	1,04	0,79	1,36	1,57	3,06	4,11	0,94	0,62	1,14

Źródło: opracowanie własne

W analizowanym okresie w przypadku indeksów cen we wszystkich analizowanych grupach zaobserwowano wzrost w porównaniu z rokiem 2001 (wykres 2). W porównaniu z grupą ŻN, stosunkowo większy wzrost cen charakteryzował dzieła sztuki twórców żyjących podczas obu sprzedaży. Indeks cen dla grupy ŻN osiągnął najwyższą wartość w 2016 roku (6,99), co było najwyższym procentowym wzrostem w odniesieniu do roku 2001 spośród wszystkich grup. W przypadku tej grupy zaobserwowano także największą zmienność cen. Fluktuacje cen w przypadku dzieł sztuki artystów zmarłych przed drugą sprzedażą są bardziej zbliżone do zmian, jakie obserwuje się w przypadku cen prac twórców żyjących podczas obu sprzedaży. Relatywnie mniejsze zmiany cen obserwuje się, jeśli chodzi o ceny dzieł sztuki autorstwa twórców nieżyjących podczas obu sprzedaży.



Wykres 2. Indeksy cen dzieł sztuki w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na status życia

Źródło: opracowanie własne

Na podstawie indeksów łańcuchowych, zaobserwowano zarówno największe jednostkowe wzrosty (2005, 2007, 2014 rok), jak i spadki (2004 i 2011 rok) cen w grupie, w przypadku której twórca żył tylko podczas pierwszej sprzedaży (grupa ŻN). Wyniki wskazują na niewielkie różnice w zakresie zmian cen w porównaniu z grupą prac twórców żyjących podczas obu sprzedaży (grupa ŻŻ). Wnioski nie pozwalają na jednoznaczne rozstrzygnięcie hipotezy o pośmiertnym wzroście cen dzieł sztuki.

Podsumowując, główną hipotezę zakładającą występowanie na rynku sztuki w Polsce „efektu śmierci” weryfikowano za pomocą metod regresji, porównania zmian cen

w przypadku powtórnych transakcji a także testów istotności różnic relacji cen przedśmiertnych i pośmiertnych. Większość przeprowadzonych analiz wskazuje na zmianę w pośmiertnym kształtowaniu się cen dzieł sztuki w stosunku do transakcji mających miejsce za życia. Hipotezy nie pozwoliły rozstrzygnąć wyłącznie wyniki regresji powtórnej sprzedaży. Może to wynikać z ograniczeń zastosowanej metody przede wszystkim w zakresie niedostatecznie obszernej próby.

5.2. Wiek artysty w momencie śmierci a „efekt śmierci”

Celem badania było zweryfikowanie hipotezy o istnieniu negatywnego związku pomiędzy wiekiem artysty w momencie śmierci a występowaniem „efektu śmierci”. Zakładano, że w przypadku najstarszych twórców wraz ze wzrostem wieku zwiększa się przekonanie, że jego aktywność dobiegnie końca. Wraz ze wzrostem prawdopodobieństwa śmierci oczekiwania względem podaży prac są wyrażane w cenie prac. Tym samym, przyjęto założenie, zgodne z hipotezą Coase’a. W tym podejściu, „efekt śmierci” jest wynikiem pewności inwestorów, że ceny dzieł sztuki nie ulegną obniżeniu wskutek nadprodukcji dzieł. Wraz z wiekiem i rosnącym prawdopodobieństwem śmierci oczekuje się tym samym, że podaż dzieł sztuki twórcy osiągnie finalny rozmiar i nie będzie ryzyka jej nadmiernego zwiększenia.

Aby zbadać zmiany cen dzieł sztuki obserwowane w następstwie śmierci, próbę ograniczono do prac sprzedanych maksymalnie pięć lat po śmierci twórcy. Badanie związku pomiędzy wiekiem artysty w momencie śmierci a wielkością efektu śmierci rozpoczęto od zbadania związku pomiędzy ceną pośmiertną z okresu obejmującego okres 5 lat po śmierci artysty a wiekiem śmierci. Współczynnik korelacji R Pearsona wskazuje na występowanie dodatniej, pozytywnej korelacji o słabym nasileniu pomiędzy ceną dzieł sztuki a wiekiem, w jakim twórca umarł ($r=0,254$; $p<0,001$). Oznacza to, że wraz ze wzrostem wieku, w jakim artysta umarł obserwowano wzrost cen sprzedawanych prac.

W dalszej kolejności sprawdzono, czy występują różnice w cenach licytowanych prac pomiędzy artystami zmarłymi w różnym wieku. W celu weryfikacji hipotezy dotyczącej zależności pomiędzy „efektem śmierci” a wiekiem, ceny, jakie osiągały prace artystów nieżyjących odniesiono do średnich cen uzyskiwanych za życia twórców z okresu na pięć lat przed śmiercią. Tym samym, dla każdego artysty wyodrębniono średnią cenę transakcji mających miejsce na pięć lat przed śmiercią (cenę przedśmiertną). Następnie, ceny poszczególnych sprzedaży odniesiono do średniej ceny przedśmiertnej. Relacje cen

przedśmiertnych i pośmiertnych porównano w czterech grupach artystów w zależności od wieku śmierci. Wartości wyznaczające granice poszczególnych grup określono na podstawie kwartyli. Tabela 30 przedstawia podsumowanie średnich cen, median relacji cen i średnich relacji cen w poszczególnych grupach wyznaczonych przez wiek w momencie śmierci. Liczebność grup była zbliżona. Najliczniejszą grupę stanowili twórcy zmarli w najstarszym wyróżnionym wieku (powyżej 88 lat), z kolei najmniej liczną – artyści zmarli powyżej 75 i poniżej 83 lat.

Tabela 30. Relacje cen sprzedaży do cen przedśmiertnych w poszczególnych grupach w zależności od wieku artysty w momencie śmierci

Grupy artystów wyróżnione na podstawie wieku śmierci	Liczba transakcji	Średnia cena [PLN]	Mediana relacji cen	Średnia relacja cen
75 lat lub mniej	195	22 938,21	1,06	1,56
powyżej 75 lat do 83 lat	147	60 801,70	1,53	3,61
powyżej 83 lat do 88 lat	114	28 115,79	1,01	1,86
powyżej 88 lat	213	262 517,84	1,36	1,83
Ogółem	669	108 418,98	1,24	2,04

Źródło: opracowanie własne

Do porównania cen dzieł sztuki we wskazanych grupach posłużył nieparametryczny test Kruskala-Wallisa. Dane na temat cen dzieł sztuki w poszczególnych grupach nie spełniały warunków dotyczących zastosowania analizy wariancji (m.in. warunku dotyczącego normalności rozkładów zmiennych).

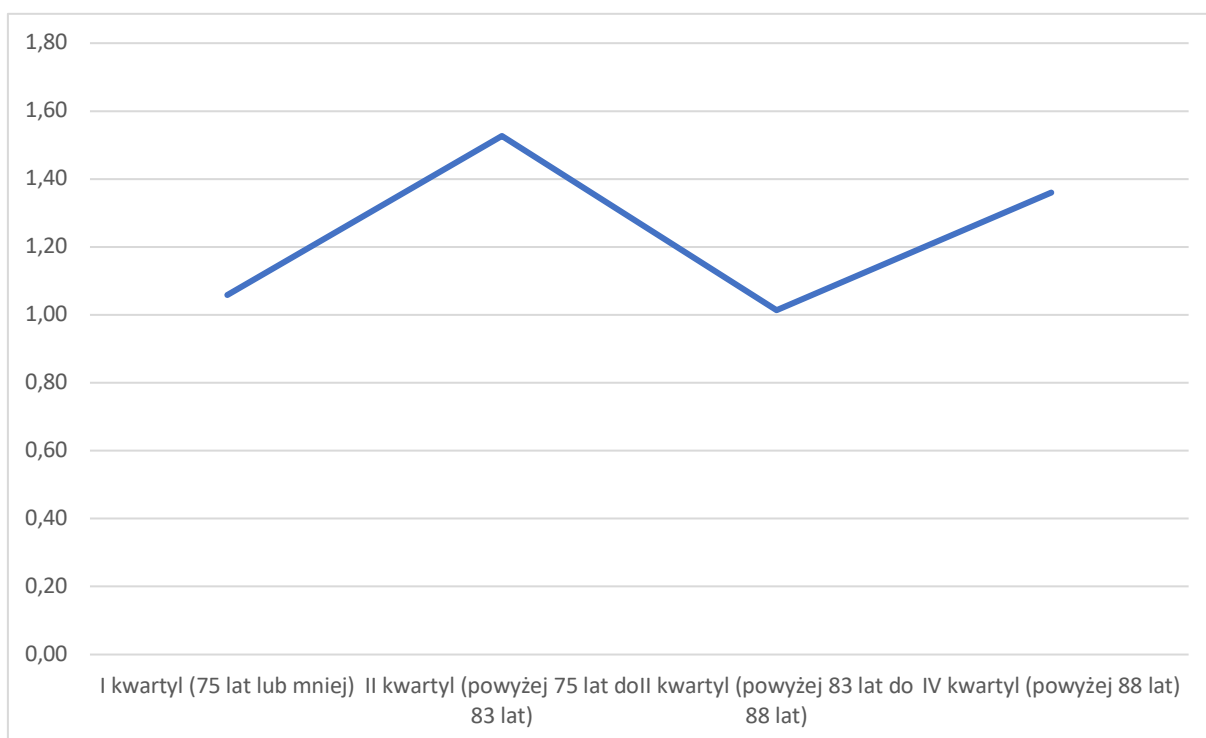
Tabela 31 przedstawia wartości istotności dla testu różnic po uwzględnieniu korekty Bonferroniego. Porównania międzygrupowe świadczą o występowaniu istotnych różnic w przypadku relacji cen dzieł artystów zmarłych pomiędzy 75 a 83 rokiem życia a pracami twórców z najmłodszej grupy wiekowej oraz z grupy niemal najstarszych artystów. Stosunek cen prac artystów zmarłych w najstarszym wieku był istotnie wyższy od relacji cen pośmiertnych i przedśmiertnych w odniesieniu do zmarłych pomiędzy 83 a 88 rokiem życia. Warto zauważyć, że – wbrew założonej hipotezie – przy poziomie istotności $p < 0,1$, relacje cen artystów z najstarszej grupy wiekowej były istotnie wyższe od relacji cen twórców zmarłych w najmłodszym wieku.

Tabela 31. Test istotności różnic relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od wieku artysty w momencie śmierci

Grupy artystów wyróżnione na podstawie wieku śmierci	Wartość statystyki testowej	Błąd standardowy	Standaryzowana wartość statystyki testowej	Istotność
powyżej 83 lat do 88 lat-75 lat lub mniej	23,02	22,79	1,01	1,00
powyżej 83 lat do 88 lat-powyżej 88 lat	-71,59	22,43	-3,19	0,01
powyżej 83 lat do 88 lat-powyżej 75 lat do 83 lat	91,93	24,12	3,81	0,00
75 lat lub mniej-powyżej 88 lat	-48,57	19,16	-2,54	0,07
75 lat lub mniej-powyżej 75 lat do 83 lat	-68,91	21,11	-3,26	0,01
powyżej 88 lat-powyżej 75 lat do 83 lat	20,34	20,72	0,98	1,00

Źródło: opracowanie własne

W przypadku twórców zmarłych w pozostałych grupach wiekowych nie zaobserwowano istotnych różnic. Uzyskane wyniki pozwalają uznać, że pośmiertna zmiana cen, mierzona za pomocą relacji cen, była niższa dla artystów, których śmierć nastąpiła w najmłodszym wieku. W tej grupie zaobserwowano też najniższą średnią cen rzeczywistych, jak i najniższą średnią relację cen.



Wykres 3. Mediany relacji cen w zależności od wieku artysty w momencie śmierci

Źródło: opracowanie własne

Wykres 3 przedstawia porównanie median relacji cen we wskazanych grupach. Wyniki świadczą o różnicy jeśli chodzi o skalę „efektu śmierci” w zależności od wieku śmierci twórcy. Jakkolwiek, kształt zależności pomiędzy wiekiem a relacją cen przedśmiertnych i pośmiertnych nie ma charakteru liniowego. W przypadku najstarszej grupy artystów obserwowany jest bowiem wzrost relacji cen. Tym samym, hipoteza o negatywnej relacji wieku w momencie śmierci i „efektu śmierci” nie została potwierdzona. Zgodna z takim kształtem obserwowanej zależności jest natomiast konkluzja dotycząca najniższej zmiany cen w przypadku twórców z najmłodszej grupy wiekowej. Tym samym, uzyskane wyniki tylko częściowo potwierdzają ustalenia Ursprunga i Wiermanna (2011) czy Etro i Stepanovej (2015) wskazujące na występowanie odwrotnie U-kształtnej zależności pomiędzy wiekiem w momencie śmierci a „efektem śmierci”. W tych badaniach nie obserwowano jednak „efektu śmierci” w przypadku najstarszej grupy artystów.

Chcąc oszacować wielkość wpływu wieku artysty w momencie śmierci na ceny prac licytowanych pośmiertnie, wykorzystano metodę regresji hedonicznej. W tym celu w kalkulacji uwzględniono wyłącznie transakcje zmarłych artystów mające miejsce w okresie od roku śmierci do pięciu lat po śmierci. Tym samym, zakresem analizy objęto taki przedział czasu, w którym oczekiwać można pośmiertnego wzrostu cen. Do modelu hedonicznego włączono zmienną wskazującą na wiek artysty w momencie śmierci (w postaci logarytmu naturalnego).

Tabela 32. Podsumowanie analizy regresji hedonicznej – model 3

Model	Suma kwadratów	<i>df</i>	<i>F</i>	Istotność
Regresja	2441,27	67,00	39,12	<0,001
Reszta	1118,61	1201,00		
Ogółem	3559,87	1268,00		
	R	R-kwadrat	Skorygowane R-kwadrat	Błąd standardowy oszacowania
	0,83	0,69	0,67	0,97

Źródło: opracowanie własne

W tabeli 32 przedstawiono podsumowanie analizy regresji hedonicznej. Poziom istotności $p < 0,001$ wskazuje, że oszacowany model istotnie wyjaśnia zmienność zmiennej zależnej (ceny). Wartości R-kwadrat i skorygowane R-kwadrat wskazują, że model wyjaśnia kolejno 69% i 67% zmienności zmiennej zależnej. Tabela 33 przedstawia model regresji hedonicznej (model 3) uwzględniający wiek artysty w momencie śmierci jako zmienną objaśniającą.

Tabela 33. Wyniki analizy regresji hedonicznej – model 3

Zmienna	α_j	Błąd stand.	Beta	t	p	EXP	Zmiana %
Stała α_0	-2,986	1,009		-2,959	0,00		
Rok sprzedaży				uwzględniono			
Podłoże – deska	0,76	0,27	0,06	2,87	0,00	2,14	114%
Podłoże – drewno	0,16	0,72	0,00	0,22	0,83	1,17	17%
Podłoże – karton	0,33	0,27	0,03	1,19	0,23	1,39	39%
Podłoże – papier	-0,18	0,19	-0,04	-0,93	0,35	0,84	-16%
Podłoże – papier, folia celuloidowa	-0,57	0,41	-0,03	-1,37	0,17	0,57	-43%
Podłoże – papier, tektura	-0,32	0,72	-0,01	-0,45	0,65	0,72	-28%
Podłoże – płyta	0,42	0,22	0,05	1,91	0,06	1,51	51%
Podłoże – płótno	0,38	0,18	0,11	2,10	0,04	1,46	46%
Podłoże – płótno, deska	0,32	0,35	0,02	0,92	0,36	1,38	38%
Podłoże – płótno, papier	-0,67	0,44	-0,03	-1,54	0,12	0,51	-49%
Podłoże – płótno, tektura	0,02	0,71	0,00	0,03	0,98	1,02	2%
Podłoże – sklejka	0,37	0,59	0,01	0,64	0,53	1,45	45%
Technika – akryl	0,45	0,12	0,09	3,63	0,00	1,56	56%
Technika – akryl, kolaż	-0,18	0,97	0,00	-0,19	0,85	0,83	-17%
Technika – akryl, olej	-0,04	0,28	0,00	-0,16	0,87	0,96	-4%
Technika – akryl, ołówek	-0,39	0,58	-0,01	-0,67	0,50	0,68	-32%
Technika – akryl, relief	0,65	0,99	0,01	0,66	0,51	1,92	92%
Technika – akryl, szablon	-0,12	0,70	0,00	-0,17	0,87	0,89	-11%
Technika – akryl, technika mieszana	-0,66	0,51	-0,02	-1,29	0,20	0,52	-48%
Technika – akryl, tempera	0,26	0,39	0,01	0,68	0,50	1,30	30%
Technika – akwarela	-0,38	0,16	-0,05	-2,37	0,02	0,69	-31%
Technika – akwarela, blaudruk	-0,36	0,58	-0,01	-0,62	0,53	0,70	-30%
Technika – akwarela, gwasz	0,32	0,27	0,02	1,20	0,23	1,37	37%
Technika – akwarela, ołówek	-0,34	0,30	-0,02	-1,16	0,25	0,71	-29%
Technika – akwarela, tusz	-0,21	0,20	-0,02	-1,05	0,29	0,81	-19%
Technika – gwasz	0,10	0,15	0,01	0,69	0,49	1,11	11%
Technika – gwasz, ołówek	-0,41	0,57	-0,01	-0,72	0,47	0,66	-34%
Technika – gwasz, tusz	0,47	0,35	0,02	1,33	0,18	1,60	60%
Technika – kolaż	-0,29	0,50	-0,01	-0,58	0,56	0,75	-25%
Technika – litografia	-0,44	0,52	-0,02	-0,84	0,40	0,65	-35%
Technika – olej	0,34	0,10	0,10	3,44	0,00	1,40	40%
Technika – olej, kolaż	0,52	0,98	0,01	0,53	0,60	1,69	69%
Technika – olej, technika mieszana	-0,53	0,57	-0,02	-0,93	0,35	0,59	-41%
Technika – pastel	-0,33	0,19	-0,03	-1,72	0,09	0,72	-28%
Technika – technika mieszana	-0,04	0,17	-0,01	-0,25	0,81	0,96	-4%

Technika – technika własna	-0,28	0,24	-0,02	-1,17	0,24	0,76	-24%
Sygnatura	-0,06	0,09	-0,01	-0,66	0,51	0,94	-6%
Dom aukcyjny – Agra-Art	-0,25	0,12	-0,06	-2,11	0,04	0,78	-22%
Dom aukcyjny – Polswiss Art	0,47	0,10	0,09	4,88	0,00	1,60	60%
Dom aukcyjny – Rempex	-0,49	0,12	-0,08	-4,14	0,00	0,61	-39%
Dom aukcyjny – Sopocki Dom Aukcyjny)	-0,42	0,12	-0,06	-3,40	0,00	0,66	-34%
Ln pole	0,62	0,03	0,41	18,83	0,00	1,86	86%
Ln wyniki Google	0,24	0,02	0,23	11,05	0,00	1,27	27%
Ln liczba dzieł	0,32	0,03	0,26	12,63	0,00	1,38	38%
Ln wiek w momencie śmierci	0,67	0,22	0,06	3,11	0,00	1,95	95%

Źródło: opracowanie własne

Wyniki regresji hedonicznej wskazują, że wiek w momencie śmierci jest istotną zmienną w kształtowaniu się cen dzieł sztuki. Pośmiertne ceny rosną wraz z wiekiem w momencie śmierci – wzrost wieku w momencie śmierci o 1 ln roku w stosunku do wartości początkowej powoduje wzrost cen, *ceteris paribus*, o 95%. Innymi słowy, 67% ln wieku w momencie śmierci jest doliczane do ceny dzieła. Wniosek ten jest częściowo zgodny z wynikami przeprowadzonego testu istotności różnic – zależność pomiędzy wiekiem a relacjami cen pośmiertnych do przedśmiertnych nie miała jednak charakteru liniowego. Konkluzje płynące z analizy są spójne z wynikami badania Ekelund i in. (2000). Autorzy oczekiwali wystąpienia „efektu śmierci” dla młodszej grupy artystów, jednak okazało się, że w przypadku grup młodszych i starszych twórców wyodrębnionych według wieku w momencie śmierci (zmarli przed i po 75 roku życia) „efekt śmierci” wystąpił dla starszych artystów. Uzyskane wyniki nie są natomiast zgodne z wynikami badania Fedderke i Li (2020), gdzie w przypadku zmarłych twórców wskazano na negatywny wpływ wieku w momencie śmierci na ceny dzieł sztuki. Rezultaty nie potwierdzają ponadto hipotezy o pozytywnym wpływie na ceny przedwczesnej śmierci artysty (Penasse i in., 2020). W tej kwestii bliższe są ustalenia badania Ursprunga i Wiermanna (2011), gdzie prace twórców zmarłych w młodszym wieku odnotowywały niższe ceny.

Podsumowując, wyniki nie potwierdzają założonej hipotezy. Rezultaty przeprowadzonej analizy pozwalają przypuszczać, że „efekt śmierci” jest wyższy dla artystów zmarłych w starszym wieku. Potwierdzają to zarówno wyniki analizy regresji hedonicznej, gdzie pośmiertne ceny rosły wraz z wiekiem w momencie śmierci, jak i analiza testu istotności różnic. Nie zaobserwowano pozytywnego efektu dla cen śmierci twórcy w młodszym wieku. Może to

wynikać z faktu, że kolekcjonerzy, kupując prace młodszych artystów, oczekują, że wraz z rozwojem ich karier zyskają one rozpoznawalność i ich wartość się zwiększy. Przedwczesna śmierć niweczy nadzieje inwestorów na taki scenariusz. Występowanie „efektu śmierci” w przypadku starszych artystów może wynikać również z niepewności śmierci. Bez względu na wiek śmierć jest zawsze do pewnego stopnia nieoczekiwana, co może prowadzić do pośmiertnego wzrostu cen dzieł sztuki. Tłumacząc obserwowaną zależność warto odnieść się również do innych aspektów, takich jak reputacja twórcy.

5.3. Reputacja artysty a „efekt śmierci”

Celem tej części pracy było zweryfikowanie hipotez dotyczących istnienia pozytywnego związku pomiędzy reputacją artysty a występowaniem „efektu śmierci”. Z uwagi na pomiar reputacji za pomocą dwóch wskaźników (liczby wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google oraz liczby dzieł w portfolio artysty), sformułowano dwie hipotezy pomocnicze.

Biorąc pod uwagę szerszy aspekt reputacji odnoszący się do popularności twórcy w Internecie, metodą weryfikacji tej zależności był test istotności różnic relacji cen pośmiertnych i przedśmiertnych w grupach wyszczególnionych na podstawie liczby wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google. Procedura polegała na wyznaczeniu dla poszczególnych artystów średnich cen transakcji mających miejsce w okresie co najmniej pięciu lat przed śmiercią (cen przedśmiertnych) oraz odniesienie do tych średnich cen przedśmiertnych do cen poszczególnych sprzedaży. Następnie, dokonano podziału transakcji na cztery grupy w zależności od liczby wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google według kwartyli (tabela 34).

Tabela 34. Relacje cen sprzedaży do cen przedśmiertnych w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na reputację (liczbę wyników Google)

Grupy artystów wyróżnione ze względu na reputację (liczbę wyników Google)	Liczba transakcji	Średnia cena [PLN]	Mediana relacji cen	Średnia relacja cen
56 000 lub mniej	171	11 657,52	1,79	3,04
powyżej 56 000 do 162 000	70	20 595,73	0,74	1,45
powyżej 162 000 do 290 000	188	59 255,64	1,09	2,18
powyżej 290 000	183	214 131,27	1,26	1,88
Ogółem	612	108 418,98	1,22	2,13

Źródło: opracowanie własne

W celu zweryfikowania hipotezy zastosowano nieparametryczny test istotności różnic Kruskala-Wallisa. Zgodnie z wynikami testu istotności różnic (tabela 35), artyści o średniej reputacji – mierzonej liczbą wyników Google, która wynosiła od 56 000 do 162 000 – istotnie różnią się jeśli chodzi o relację cen pośmiertnych i przedśmiertnych od pozostałych grup.

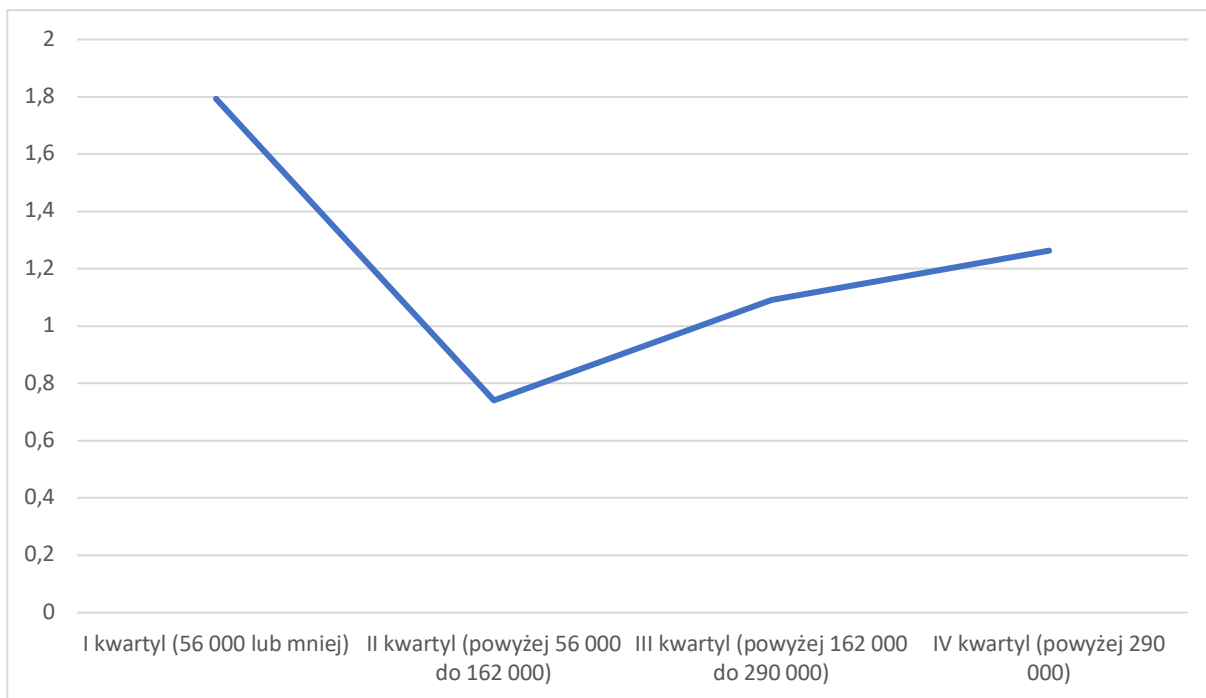
Tabela 35. Test istotności różnic relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od reputacji artysty mierzonej liczbą wyników Google

Grupy artystów wyróżnione ze względu na reputację	Wartość statystyki testowej	Błąd standardowy	Standaryzowana wartość statystyki testowej	Istotność
powyżej 56 000 do 162 000-powyżej 162 000 do 290 000	-101,49	24,39	-4,16	0,00
powyżej 56 000 do 162 000-powyżej 290 000	-104,06	21,15	-4,92	0,00
powyżej 56 000 do 162 000-56 000 lub mniej	-131,25	24,39	-5,38	0,00
powyżej 162 000 do 290 000-powyżej 290 000	-2,57	20,23	-0,13	1,00
powyżej 162 000 do 290 000-56 000 lub mniej	29,76	23,59	1,26	1,00
powyżej 290 000-56 000 lub mniej	27,19	20,23	1,34	1,00

Źródło: opracowanie własne

Artyści z tej grupy odnotowywali niższe ceny pośmiertne w porównaniu z cenami za życia zarówno w odniesieniu do artystów o lepszej, jak i gorszej reputacji (tj. liczbie wyników wyszukiwania nazwiska w Google). W przypadku pozostałych grup nie zaobserwowano istotnych różnic. Najwyższe średnie ceny odnotowywali artyści o najwyższej reputacji. Wykres 4 przedstawia mediany relacji cen przedśmiertnych i pośmiertnych w poszczególnych grupach według reputacji artystów.

Reputacja mierzona liczbą wyników wyszukiwania Google została włączona do hedonicznego modelu cen dzieł sztuki sprzedanych po śmierci artysty (tabela 33). W przypadku tego miernika reputacji zaobserwowano istotny wpływ na ceny prac. Wartość współczynnika regresji ($\alpha_{Google} = 0,24$) świadczy o pozytywnym oddziaływaniu liczby wyników Google na ceny. Parametr strukturalny modelu wskazuje, że 24% logarytmu naturalnego wyników Google jest doliczane do ceny. Przy wzroście liczby wyników o 1 \ln w odniesieniu do początkowej liczby, cena dzieła rośnie o 27%.



Wykres 4. Mediany relacji cen w poszczególnych grupach według reputacji artystów

Źródło: opracowanie własne

Wyniki analizy regresji hedonicznej oraz testu istotności różnic nie są spójne. Tym samym, wyniki nie dają podstaw do przyjęcia hipotezy o pozytywnym związku pomiędzy „efektem śmierci” a reputacją artysty mierzoną za pomocą liczby wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google. Zależność pomiędzy relacjami cen a reputacją nie miała charakteru liniowego. Różnice występują wyłącznie w odniesieniu do grupy twórców o niemal najmniejszej renomie, w przypadku której ceny były istotnie niższe.

Jako inny wskaźnik reputacji zastosowano liczbę dzieł sprzedanych przez artystę. Zyskanie powszechnego uznania na scenie artystycznej wymaga bowiem, by prace artysty były dobrze znane szerokiej publiczności. Założono, że reputacja, *ceteris paribus*, rośnie wraz z liczbą dzieł w portfolio artysty. Również w tym przypadku hipoteza zakładała występowanie pozytywnego związku pomiędzy reputacją a „efektem śmierci”. Zastosowana metoda weryfikacji tej hipotezy polegała na porównaniu relacji cen przedśmiertnych i pośmiertnych w grupach wyróżnionych ze względu na reputację (liczbę dzieł w portfolio artysty). Punkty podziału stanowiły wartości wyznaczające kwantyle. Tabela 36 przedstawia informacje o medianach relacji cen, średnich relacjach cen, średnich cenach oraz liczebności w poszczególnych grupach.

Tabela 36. Relacje cen sprzedaży do cen przedśmiertnych w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na reputację (liczbę dzieł w portfolio)

Grupy artystów wyróżnione ze względu na reputację (liczbę dzieł w portfolio)	Liczba transakcji	Mediana relacji cen	Średnia cena [PLN]	Średnia relacja cen
25 lub mniej	73	0,79	17 176,71	3,79
powyżej 25 do 75	209	0,94	53 634,21	1,64
powyżej 75 do 146	200	1,77	269 205,50	2,39
powyżej 146	187	1,17	33 303,48	1,62
Ogółem	612	1,22	108 418,98	2,13

Źródło: opracowanie własne

Zastosowanym testem istotności różnic był nieparametryczny test Kruskala-Wallisa. Wyniki międzygrupowych porównań relacji cen przedstawia Tabela 37.

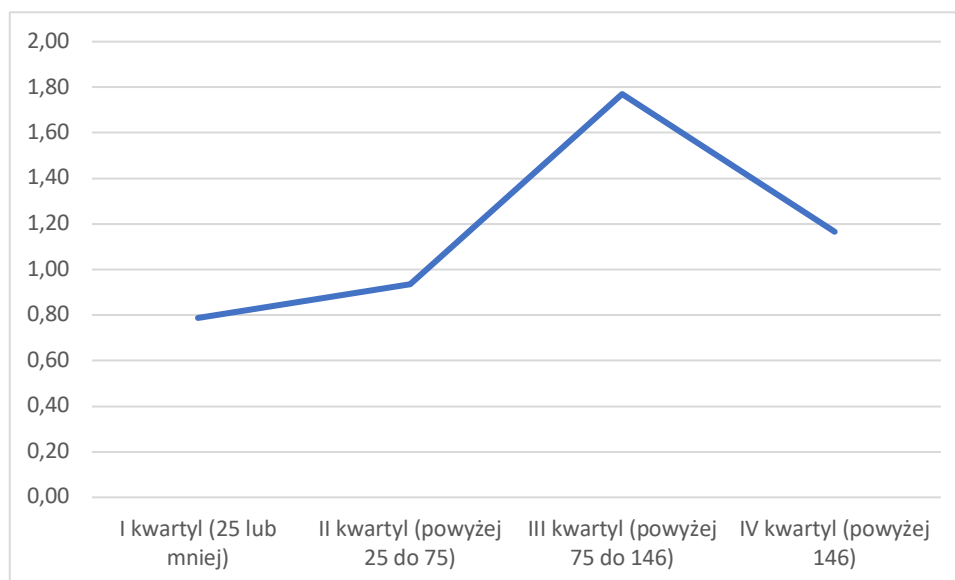
Tabela 37. Test istotności różnic relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od reputacji artysty mierzonej liczbą dzieł w portfolio

Grupy artystów wyróżnione ze względu na reputację (wielkość portfolio)	Wartość statystyki testowej	Błąd standardowy	Stand. wartość statystyki testowej	Istotność
25 lub mniej- powyżej 25 do 75	-43,76	26,28	-1,67	0,10
25 lub mniej- powyżej 75 do 146	-126,63	26,43	-4,79	0,00
25 lub mniej- powyżej 146	-68,76	26,67	-2,58	0,01
powyżej 25 do 75- powyżej 75 do 146	-82,87	19,12	-4,34	0,00
powyżej 25 do 75- powyżej 146	-25,00	19,45	-1,29	0,20
powyżej 146- powyżej 75 do 146	57,87	19,66	2,94	0,00

Źródło: opracowanie własne

Przeprowadzona analiza wskazuje, że artyści o wysokiej reputacji, których portfolio składa się z 75 do 146 dzieł, istotnie różnią się jeśli chodzi o relację cen pośmiertnych i przedśmiertnych od pozostałych grup – artyści z tej grupy odnotowywali wyższe ceny pośmiertne. Zaobserwowano także istotną różnicę ($p=0,01$) relacji cen świadczącą o wyższych cenach pośmiertnych w przypadku grupy artystów o najwyższym uznaniu (powyżej 146 dzieł

w dorobku) w porównaniu z tymi o najniższej reputacji. Relacje cen przedśmiertnych do pośmiertnych w przypadku pozostałych grup wyróżnionych ze względu na reputację nie różniły się istotnie. Mediany relacji cen sprzedaży i cen przedśmiertnych w grupach prac wyróżnionych na podstawie liczby dzieł w portfolio artysty przedstawia wykres 5.



Wykres 5. Mediana relacji cen w poszczególnych grupach według reputacji artystów (liczba dzieł)

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę kształt relacji cen i wielkości portfolio, wyłącznie grupa twórców z największym dorobkiem odbiega od hipotecznego kierunku zmian. Zbyt duża liczba sprzedaży w przypadku artystów o największej reputacji nie skutkuje osiągnięciem istotnie wyższych pośmiertnych zmian cen. Wyniki wskazują, że „efekt śmierci” może być mniejszy, jeśli na rynku jest zbyt dużo dzieł danego artysty. Wówczas efekt wynikający z reputacji może być zdominowany przez zbyt dużą dostępność dzieł.

Zmienną wskazującą na liczbę dzieł sztuki w portfolio artysty uwzględniono także w analizie pośmiertnych cen w modelu hedonicznym (tabela 33). Wartość istotności dla współczynnika regresji ($p < 0,001$) wskazuje, że zmienna ta istotnie wyjaśniała ceny dzieł sztuki sprzedawane bezpośrednio po śmierci. Zaobserwowano, że powiększenie się dorobku twórcy o 1 \ln dzieł w stosunku do wartości wyjściowej powoduje wzrost cen o 38%. Oszacowano, że 32% logarytmu liczby dzieł w portfolio artysty jest doliczane do ceny obrazu.

Chociaż wyniki testu istotności różnic wskazały, że relacja pomiędzy „efektem śmierci” a reputacją mierzoną za pomocą wielkości portfolio nie przybiera kształtu liniowego, wyniki są w dużej mierze zgodne z założoną hipotezą. Liczba dzieł w dorobku artysty do pewnego momentu sprzyja pośmiertnemu wzrostowi cen. Wnioski płynące z analizy regresji hedonicznej są spójne z hipotezą. Warto zauważyć, że są one również zgodne z wynikami analizy regresji hedonicznej dotyczącej związku pomiędzy „efektem śmierci” a reputacją mierzoną za pomocą liczby wyników wyszukiwania imienia i nazwiska artysty w Google.

Konkluzja dotycząca pozytywnego związku reputacji i pośmiertnego wzrostu cen jest zgodna z wynikami badań m.in. Ursprunga i Wiermanna (2011). Autorzy w swoim badaniu również odwołali się do reputacji artysty określonej na podstawie rozmiarów jego portfolio. Ich zdaniem, w przypadku braku zyskania uznania na scenie artystycznej nie obserwuje się „efektu śmierci”, ponieważ kolekcjonerzy nie będą mogli liczyć na jego zwiększenie po śmierci. Pozytywny wpływ reputacji na pośmiertne ceny dzieł sztuki udowodniono także w badaniu Fricka i Knebela (2014).

Zaobserwowana pozytywna zależność „efektu śmierci” i reputacji rozumianej jako liczba dzieł w dorobku jest sprzeczna z hipotezami zaprezentowanymi przez Ursprunga i Itayę (2008). Autorzy co prawda odnosili się w swoich rozważaniach do kwestii wieku artysty w momencie śmierci, ale nawiązywali do wielkości dorobku twórcy. Twierdzili, że wielkość portfolio artysty, zwiększająca się wraz z upływem życia, sprawia, że „efekt śmierci” będzie mniejszy dla twórców o obszernym portfolio. Uzyskany wynik dotyczący pozytywnego wpływu liczby dzieł na pośmiertne ceny może świadczyć o przeważającym efekcie reputacji w porównaniu z antycypowaną śmiercią twórcy i oczekiwaniami względem finalnej wielkości jego dorobku.

Porównania relacji cen pośmiertnych do przedśmiertnych w różnych grupach wyróżnionych ze względu na reputację uwzględnioną za pomocą obu przyjętych wskaźników nie dostarczają jednakowych wniosków. Biorąc pod uwagę liczbę dzieł w portfolio artysty, zaobserwowano istotnie wyższe relacje cen świadczące o wyższych cenach dzieł sprzedawanych pośmiertnie w przypadku artystów o niemal najwyższej reputacji. Prace artystów z tej grupy notowały również średnio najwyższe ceny. Spójny z założoną hipotezą jest także wynik wskazujący na istotnie wyższe relacje cen pośmiertnych do przedśmiertnych w przypadku twórców o najwyższej reputacji w porównaniu z twórcami o najniższej reputacji. Wyniki testu istotności różnic relacji cen w grupach wyróżnionych na podstawie liczby wyników wyszukiwania imienia i nazwiska artysty w Google nie dostarczyły rozstrzygających

wyników. Jedyną potwierdzoną zależnością były istotnie niższe relacje cen pośmiertnych do przedśmiertnych w przypadku twórców o niemal najniższej reputacji (56 000 do 162 000 wyników wyszukiwania). Wyjaśnienie tego wyniku może dotyczyć braku przełożenia na ceny stopnia renomy artysty w szerokich kręgach wykraczających poza środowisko artystyczne. Warto zauważyć, że liczba dzieł w dorobku twórcy oszacowana na podstawie wcześniejszych sprzedaży jest aspektem bardziej związanym z inwestycyjnym charakterem aktywności twórcy. Biorąc pod uwagę brak spójności wyników testów istotności różnic można stwierdzić, że reputacja artysty jest złożonym konstruktem, implikującym konieczność jej rozbudowania.

5.4. Wzmoczona uwaga mediów po śmierci artysty a „efekt śmierci”

Do weryfikacji hipotezy zgodnie z którą to skala zainteresowania mediów wywołana śmiercią twórcy odgrywa rolę w pośmiertnym wzroście cen prac skalkulowano wskaźniki w oparciu o liczbę wyszukiwań Google Trends. Z bazy artystów wybrano twórców, którzy zmarli w okresie od 2007–2019 i jednocześnie w próbie znajdowało się co najmniej 20 transakcji z udziałem dzieł sztuki tych artystów – wyróżniono 28 takich artystów. Dla dwojga spośród nich (Judyta Sobel i Bogusław Szwacz) Google Trends nie udostępnia wyników wyszukiwań z uwagi na niewystarczającą ilość danych (zostali wykluczeni z analizy). Przyjęty zakres czasowy analizy wynika z dostępności i kompletności danych dotyczących zapytań do wyszukiwarki Google uzyskanych za pomocą Google Trends. Jako zakres wyszukiwania przyjęto okres od stycznia 2007 do stycznia 2020 roku i pobrano dane w interwałach miesięcznych. W celu odniesienia uzyskanych informacji, z próby losowo wybrano grupę porównawczą 30 artystów żyjących w analizowanym okresie oraz 30 artystów zmarłych przed okresem analizy (w tym przypadku przed 2007 rokiem). Obie grupy porównawcze spełniały również warunek dotyczący minimalnej liczby dzieł w próbie (20).

Po zebraniu wyników Google Trends, w przypadku artystów z grupy odniesienia (zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 rokiem) obliczono średnią relatywną liczbę wyszukiwań w latach poprzedzających śmierć, w roku śmierci oraz w latach następujących po śmierci. Przykładowo, dla artysty zmarłego w 2011 roku (np. Roman Opałka) policzono średnią liczbę wyszukiwań dla roku śmierci (2011 rok) oraz dla okresu przed (lata 2007–2009) jak i po śmierci (lata 2012–2019). W celu zapewnienia porównywalności, w przypadku grupy artystów żyjących w analizowanym okresie i zmarłych przed 2007 rokiem obliczono średnią liczbę wyszukiwań w roku śmierci twórcy z grupy odniesienia, w latach przed śmiercią artysty z grupy odniesienia

oraz po jego śmierci. Procedurę tę powtórzono dla każdego artysty zmarłego pomiędzy 2007 a 2019 rokiem. Kolejnym krokiem analizy była relatywizacja wskaźników – jako podstawę przyjęto wartości dla roku śmierci artysty z grupy odniesienia. Tabela 38 przedstawia podsumowanie relacji wyników Google Trends w poszczególnych grupach. Z uwagi na przyjęty zakres wyszukiwania w Google Trends i w celu zapewnienia porównywalności wyników, w tabeli nie uwzględniono średnich wyszukiwań z lat poprzedzających śmierć w przypadku artystów zmarłych w pierwszym roku analizy tj. w 2007 roku oraz średnich wyszukiwań z lat następujących po śmierci w przypadku artystów zmarłych w ostatnim roku analizy tj. w 2019 roku.

Tabela 38. Relacja średniej liczby wyników Google Trends z lat przed i po śmierci artystów zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 rokiem względem średniej dla roku śmierci artysty z grupy odniesienia

Grupa	Artyści z grupy odniesienia (zmarli pomiędzy 2007 a 2019 rokiem)		Artyści żyjący			Artyści zmarli przed 2007		
	Średnia z lat przed śmiercią artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat po śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat przed śmiercią artysty z grupy odniesienia	Średnia z roku śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat po śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat przed śmiercią artysty z grupy odniesienia	Średnia z roku śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat po śmierci artysty z grupy odniesienia
Imię i nazwisko artysty								
Teresa PAĞOWSKA		0,33		1,01	0,74		1,41	0,87
Zdzisław LACHUR		0,21		0,33	0,24		0,46	0,28
Maria ANTO-CZARNECKA		0,90		1,73	1,26		2,40	1,48
Janusz CHRISTA	0,62	0,70	1,30	1,05	0,94	1,81	1,60	1,07
Jerzy FLISAK	0,82	0,19	0,72	0,58	0,52	1,00	0,88	0,59
Józef SZAJNA	0,88	0,20	0,56	0,45	0,40	0,78	0,69	0,46
Franciszek STAROWIEYSKI	0,11	0,16	0,65	0,71	0,50	0,94	0,76	0,57
Jan TARASIN	0,46	0,38	0,49	0,54	0,38	0,71	0,58	0,43
Tomasz TATARCZYK	0,26	0,19	1,33	1,27	0,95	1,74	1,42	1,10
Roman OPAŁKA	0,46	0,35	0,65	0,52	0,47	0,82	0,69	0,53

Jerzy NOWOSIELSKI	0,49	0,31	0,74	0,60	0,53	0,94	0,79	0,60
Jacek SEMPOLIŃSKI	0,27	0,29	0,77	0,65	0,56	0,98	0,65	0,64
Jerzy MIERZEJEWSKI	0,63	0,32	0,77	0,66	0,56	0,99	0,66	0,65
Waldemar ŚWIERY	0,70	0,58	0,61	0,49	0,45	0,76	0,48	0,54
Jan BERDYSZAK	0,69	0,38	0,71	0,61	0,53	0,86	0,66	0,64
Tadeusz DOMINIK	0,82	0,46	0,76	0,65	0,57	0,92	0,71	0,69
Grzegorz MORYCIŃSKI	0,51	0,23	1,43	1,14	1,07	1,70	1,31	1,31
Henryk MUSIAŁOWICZ	0,91	0,68	1,57	1,26	1,18	1,87	1,44	1,44
Wojciech FANGOR	0,52	0,55	0,65	0,52	0,48	0,77	0,59	0,59
Janina KRAUPE-ŚWIDERSKA	1,47	0,34	1,31	0,90	1,03	1,55	1,10	1,26
Władysław JACKIEWICZ	0,42	0,20	1,61	1,11	1,27	1,91	1,36	1,55
Janusz ORBITOWSKI	0,45	0,46	2,61	2,09	2,14	3,10	2,60	2,60
Julian STAŃCZAK	0,73	0,54	0,48	0,39	0,40	0,57	0,48	0,48
Edward DWURNIK	0,30	0,44	0,57	0,52	0,43	0,68	0,62	0,54
Szarłota PAWEL	0,91	1,06	0,95	0,86	0,73	1,13	1,03	0,90
Zbigniew MAKOWSKI	0,44		0,85	0,65		1,01	0,81	0,00

Źródło: opracowanie własne

Przykładowo, dla Romana Opałki (zmarły w 2011 roku) wartości w tabeli przedstawiają relację:

- średniej liczby wyników Google Trends z lat przed śmiercią artysty (2007–2010) do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 2);
- średniej liczby wyników Google Trends z lat po śmierci artysty (2012–2019) do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 3);
- średniej liczby wyników Google Trends z lat przed śmiercią artysty (2007–2010) dla artystów żyjących do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 4);
- średniej liczby wyników Google Trends z roku śmierci artysty (2011) dla artystów żyjących do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 5);
- średniej liczby wyników Google Trends z lat po śmierci artysty (2011–2019) dla artystów żyjących do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 6);

- średniej liczby wyników Google Trends z lat przed śmiercią artysty (2007–2010) dla artystów nieżyjących do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 7);
- średniej liczby wyników Google Trends z roku śmierci artysty (2011) dla artystów nieżyjących do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 8);
- średniej liczby wyników Google Trends z lat po śmierci artysty (2011–2019) dla artystów nieżyjących do średniej dla roku śmierci (2011 rok) (kolumna 9).

Tabela 39. Relacje średnich cen z lat przed i po śmierci artystów zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 r. względem średnich cen dla roku śmierci artysty z grupy odniesienia

Grupa	Artyści z grupy odniesienia (zmarli pomiędzy 2007 a 2019 r.)		Artyści żyjący			Artyści zmarli przed 2007		
	Średnia z lat przed śmiercią artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat po śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat przed śmiercią artysty z grupy odniesienia	Średnia z roku śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat po śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat przed śmiercią artysty z grupy odniesienia	Średnia z roku śmierci artysty z grupy odniesienia	Średnia z lat po śmierci artysty z grupy odniesienia
Porównywana wartość do średniej dla roku śmierci artysty z grupy odniesienia								
Imię i nazwisko artysty								
Teresa PAĞOWSKA	0,71	3,04	X	0,56	0,47	X	1,46	1,97
Zdzisław LACHUR	-	-	X	-	-	X	-	-
Maria ANTO-CZARNECKA	0,33	1,08	x	1,71	1,42	x	4,44	6,01
Janusz CHRISTA	-	-	-	-	-	-	-	-
Jerzy FLISAK	-	-	-	-	-	-	-	-
Józef SZAJNA	-	-	-	-	-	-	-	-
Franciszek STAROWIEYSKI	0,31	0,99	0,89	0,75	0,64	2,43	1,75	2,81
Jan TARASIN	0,36	1,40	0,34	0,29	0,25	0,92	0,67	1,07
Tomasz TATARCZYK	-	-	-	-	-	-	-	-
Roman OPAŁKA	5,78	82,83	3,24	1,43	3,29	10,66	7,19	14,19
Jerzy NOWOSIELSKI	2,00	3,72	0,40	0,18	0,40	1,31	0,88	1,74
Jacek SEMPOLIŃSKI	-	-	-	-	-	-	-	-
Jerzy MIERZEJEWSKI	-	-	-	-	-	-	-	-

Waldemar ŚWIERZY	-	-	-	-	-	-	-	-
Jan BERDYSZAK	0,67	4,55	0,97	0,85	1,96	4,85	4,26	7,19
Tadeusz DOMINIK	0,64	1,09	0,31	0,27	0,63	1,55	1,36	2,30
Grzegorz MORYCIŃSKI	0,50	0,48	0,76	1,42	1,65	3,87	5,46	5,91
Henryk MUSIAŁOWICZ	1,56	1,57	1,13	2,12	2,46	5,77	8,15	8,82
Wojciech FANGOR	0,44	1,58	0,02	0,03	0,04	0,08	0,12	0,13
Janina KRAUPE-ŚWIDERSKA	0,26	0,25	0,55	0,78	1,04	2,48	2,96	3,63
Władysław JACKIEWICZ	1,09	0,97	0,62	0,88	1,18	2,80	3,34	4,10
Janusz ORBITOWSKI	0,95	0,94	0,62	0,95	1,18	2,73	3,23	4,09
Julian STAŃCZAK	1,39	1,69	0,07	0,11	0,14	0,33	0,39	0,49
Edward DWURNIK	0,77	1,61	0,54	0,77	1,19	2,28	3,11	3,48
Szarłota PAWEL	1,25	1,21	5,38	7,70	11,93	22,81	31,12	34,79
Zbigniew MAKOWSKI	1,69	1,15	1,01	2,11	x	4,30	6,16	x

Źródło: opracowanie własne

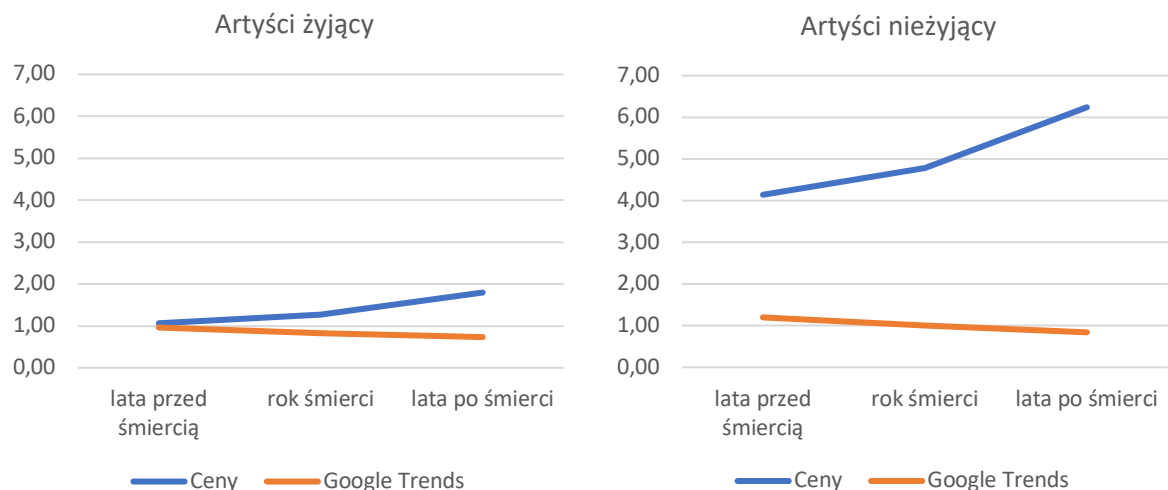
Relacje średnich cen w poszczególnych grupach przedstawia tabela 39. Przykładowo, dla Romana Opałki (zmarły w 2011 roku) wartości w tabeli przedstawiają relację:

- średniej ceny dzieł z lat przed śmiercią artysty (2007–2010) do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 2);
- średniej ceny dzieł z lat po śmierci artysty (2012–2019) do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 3);
- średniej ceny dzieł z lat przed śmiercią artysty (2007–2010) dla artystów żyjących do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 4);
- średniej ceny dzieł z roku śmierci artysty (2011 rok) dla artystów żyjących do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 5);
- średniej ceny dzieł z lat po śmierci artysty (2011–2019) dla artystów żyjących do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 6);
- średniej ceny dzieł z lat przed śmiercią artysty (2007–2010) dla artystów nieżyjących do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 7);

- średniej ceny dzieł z roku śmierci artysty (2011 rok) dla artystów nieżyjących do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 8);
- średniej ceny dzieł z lat po śmierci artysty (2011–2019) dla artystów nieżyjących do średniej ceny dzieł z roku śmierci (2011 rok) (kolumna 9).

W przypadku twórców zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 rokiem, z przeprowadzonej analizy wynika, że liczba wyników Google Trends w roku śmierci przewyższała liczbę wyników w latach poprzedzających śmierć i następujących po niej (relacje wynosiły kolejno 0,6 i 0,4). Tylko w jednym przypadku średnia liczba wyników w latach przed i po śmierci przewyższała średnią dla roku śmierci. Na tej podstawie można przypuszczać, że w roku śmierci wzmożone zainteresowanie artystą jest spowodowane wiadomościami o jego śmierci. Odnosząc te kwestie do cen, różnica pomiędzy stosunkiem liczby wyszukiwań sprzed i po śmierci nie jest jednak znacząca (0,2 różnicy). W grupie referencyjnej ceny odnotowane w latach następujących po śmierci ponad 6-krotnie przewyższały ceny osiągnięte w roku śmierci. Oznacza to, że przy braku wyraźnego zwiększenia zainteresowania mediów po śmierci, ceny notowały relatywnie większy wzrost.

Dla porównania, ceny dzieł twórców żyjących licytowanych w takich samych przedziałach czasowych (w okresach następujących przed, po i w roku śmierci twórców z grupy odniesienia) przewyższały ceny uzyskiwane w roku śmierci twórcy z grupy odniesienia zaledwie o 1,8 razy. Ceny prac twórców nieżyjących sprzedane przed i w roku śmierci twórcy z grupy referencyjnej były wyższe ponad 4 razy, natomiast w okresie pośmiertnym – ponad 6 razy. Zaobserwowane dysproporcje zostały zilustrowane na wykresie 6 przedstawiającym zależności pomiędzy zainteresowaniem medialnym artystami oraz cenami w grupach porównawczych tj. w przypadku prac artystów żyjących i nieżyjących.



Wykres 6. Średni stosunek cen i wyników Google Trends w grupie prac żyjących i nieżyjących artystów względem grupy odniesienia (zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 r.)

Źródło: opracowanie własne

Uzyskane wyniki nie są zgodne z ustaleniami badania Mathesona i Baade'a (2004) oraz Fricka i Knebela (2014) świadczącymi o roli wzmożonej aktywności medialnej w pośmiertnym wzroście cen pamiątek czy dzieł sztuki. Tym samym, wyniki nie dają podstaw do potwierdzenia hipotezy o pozytywnej zależności między skalą zainteresowania mediów spowodowaną śmiercią twórcy a „efektem śmierci”. Wyniki wspierają natomiast ustalenia Maddisona i Pedersena (2008), którzy zauważyli, że po śmierci twórcy zainteresowanie jego twórczością wręcz maleje.

Odnosząc się do prób teoretycznego wyjaśnienia zjawiska, rezultaty nie pozwalają przyjąć hipotezy o występowaniu „efektu śmierci” w wyniku wzmożonego zainteresowania medialnego wywołanego śmiercią twórcy. Frick i Knebel (2014) wskazali na rolę „efektu nostalgii” w pośmiertnym wzroście cen dzieł sztuki szczególnie w odniesieniu do artystów cieszących się wysokim uznaniem. W związku z tym, nie można wykluczyć, że pośmiertne zainteresowanie medialne może działać jedynie jako czynnik wzmacniający zidentyfikowany efekt reputacji artysty.

Zakończenie

Problem badawczy podejmowany w rozprawie dotyczył „efektu śmierci” na rynku sztuki. W przypadku wystąpienia „efektu śmierci” oczekuje się wzrostu cen dzieł sztuki będących przedmiotem sprzedaży w czasie bliskim śmierci twórcy. Lukę badawczą stanowiły trudności definicyjne poszczególnych determinant tego efektu, siła ich wpływu na „efekt śmierci” oraz brak usystematyzowania dotychczasowej wiedzy w zakresie teorii, którą można by „efekt śmierci” wytłumaczyć.

Podejście inwestycyjne względem dzieł sztuki zakłada, że są one formą alokacji kapitału zaliczaną do kategorii inwestycji alternatywnych. Jednocześnie, dzieła sztuki są dobrami kultury i stanowią przedmiot zainteresowania innych dziedzin – między innymi estetyki czy historii sztuki. Tym samym, ekonomiczna analiza zjawisk na rynku sztuki wymaga uwzględnienia perspektyw wykraczających poza język dyscypliny. Różnice występujące pomiędzy estetyką a ekonomią dotyczą fundamentalnych kwestii – między innymi definiowania pojęcia wartości. Rozumienie piękna na gruncie filozofii sztuki zmieniało się na przestrzeni wieków począwszy od postrzegania go jako wewnętrznej cechy obiektu, poprzez konieczność oceny przedmiotów za pomocą obiektywnych kryteriów aż po skierowanie ku subiektywnemu osądowi jednostki. W teorii ekonomii w zakresie poszukiwań źródeł wartości wykształciły się w dwa dominujące nurty – subiektywny, skupiony na korzyściach oraz obiektywny, akcentujący rolę kosztów. Rozbieżność w podejściu do opisywania sztuki przez ekonomię i estetykę była przedmiotem dyskusji badaczy, którzy rozważali zależności pomiędzy wartością ekonomiczną dzieł a ich wartością kulturową czy artystyczną. Z punktu widzenia celów badawczych, w rozprawie przyjęto perspektywę ekonomii neoklasycznej dotyczącą wartości dzieł sztuki. Zgodnie z tym podejściem, ekonomia dysponuje językiem do opisu wartości prac, która z kolei wyraża się w cenie.

Podejście do wyceny dzieł sztuki w ekonomii w dużej mierze polega na budowaniu hedonicznych modeli cen uwzględniających różne czynniki mogące wpływać na ceny dzieł. Na podstawie dotychczas przeprowadzonych badań wyszczególniono główne kategorie determinant cen dzieł sztuki: czynniki związane z dziełem sztuki, czynniki związane z artystą i czynniki związane ze sprzedażą. Analiza przeprowadzonych badań z wykorzystaniem regresji hedonicznej wskazała, że w grupie determinant związanych z samym dziełem istotne miejsce poświęcono jego fizycznym cechom, spośród których najczęściej obserwowano istotny wpływ wymiarów, techniki czy podłoża. W tej samej kategorii należy zwrócić uwagę na kwestie

związane z autentycznością dzieła – właściwa atrybucja dzieła stanowi nieodłączną część jego wartości. Kolejna zidentyfikowana grupa determinant cen dotyczy aspektów sprzedażowych. Należy do niej zaliczyć między innymi dom aukcyjny, w jakim miała miejsce transakcja oraz okres sprzedaży. W kategorii czynników związanych z artystą, szczególne miejsce zajmuje reputacja twórcy. Badacze w różny sposób podchodzili do uwzględniania tego czynnika, często włączając do modeli zmienną wskazującą na nazwisko artysty. Wnioski płynące z dotychczas przeprowadzonych badań dowodzą, że chociaż nazwisko artysty wyjaśnia dużą część zmienności cen, to nie daje wglądu w kryjące się za nim zależności. To z kolei zrodziło potrzebę operacjonalizacji takich zmiennych jak reputacja twórcy. Co istotne z punktu widzenia problematyki rozprawy, w grupie determinant cen dzieł sztuki związanych z artystą wyróżniono kwestie związane ze śmiercią artysty. W tej kategorii zmiennych często występującym aspektem był status życia artysty tj. informacja czy twórca żył czy nie żył w momencie transakcji. Badania w tym zakresie stanowiły wstęp do rozważań dotyczących „efektu śmierci”. Rezultaty większości z nich wskazały, że sprzedaż dzieł po śmierci twórcy ma pozytywny wpływ na ceny prac.

Tym samym, punktem wyjścia do empirycznej weryfikacji występowania „efektu śmierci” na rynku sztuki było sprawdzenie wpływu statusu życia artysty na ceny dzieł sztuki. Uwzględnienie tej zmiennej w modelu hedonicznym pozwoliło stwierdzić, że prace twórców nieżyjących odnotowywały istotnie wyższe ceny – fakt, że sprzedaż odbyła się po śmierci artysty wiązał się ze wzrostem cen prac. Chcąc skupić się na zmianie cen wyłącznie w okresie bliskim śmierci twórcy, wykorzystano szereg metod bazujących na porównaniu zmian cen rzeczywistych oraz relacji cen pośmiertnych i przedśmiertnych. Zakres wykorzystanych metod uzupełniła analiza regresji hedonicznej i analiza regresji powtórnej sprzedaży. Obie metody w odmienny sposób posłużyły do weryfikacji głównej hipotezy zakładającej występowanie „efektu śmierci” na rynku sztuki. Wykorzystanie analizy regresji hedonicznej pozwoliło na weryfikację oddziaływania zidentyfikowanych determinant zjawiska. Za pomocą regresji powtórnej sprzedaży z kolei skalkulowano indeksy cen w grupach w zależności od statusu życia. Założenie tej metody polega na wyznaczaniu zmian cen w oparciu o transakcje z udziałem tych samych dzieł sztuki licytowanych co najmniej dwukrotnie, co zapewnia wysoką porównywalność prac uwzględnionych w badaniu.

Uzyskane wyniki pozwoliły przyjąć hipotezę o następującym bezpośrednio po śmierci wzroście cen dzieł sztuki. Bazując na transakcjach z udziałem dzieł sztuki, które były

przedmiotem obrotu dwukrotnie, zaobserwowano, że największą wielkość efektu dla zmiany cen pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą zaobserwowano w przypadku dzieł twórców zmarłych po pierwszej transakcji w porównaniu z artystami żyjącymi i nieżyjącymi podczas obu sprzedaży. Ponadto, w grupie prac, których twórca zmarł pomiędzy pierwszą a drugą transakcją (najbardziej interesującej z punktu widzenia problematyki rozprawy), największy odsetek dzieł odnotował pozytywną zmianę ceny pomiędzy sprzedażami (kolejno w 68% i 64% przypadków w porównaniu z transakcjami twórców nieżyjących i żyjących podczas obu sprzedaży). Wyniki analizy regresji hedonicznej świadczyły o istotnym, pozytywnym wpływie zmiennych odnoszących się do czasu, jaki upłynął od śmierci do transakcji na ceny prac – fakt, że dzieło sztuki było licytowane w roku śmierci, w roku następującym po roku śmierci, a także na dwa i trzy lata po śmierci, wiązało się ze wzrostem cen. Ponadto, z roku na rok obserwowano coraz wyższą procentową zmianę cen. W tym zakresie wyniki potwierdzają hipotezę dotyczącą „efektu śmierci” na rynku sztuki. Wyniki analizy regresji powtórnej sprzedaży natomiast nie dały podstaw do przyjęcia głównej hipotezy – w przypadku twórców zmarłych pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą zaobserwowano zbyt dużą zmienność cen, by na tej podstawie sformułować konkluzję.

W literaturze pojawiały się wątpliwości, po jakim czasie od śmierci artysty można obserwować wzrost cen licytowanych prac – początkowo zakładano, że efekt jest przejściowy i po pewnym czasie ceny osiągają poziom podobny do tego sprzed śmierci. Wyniki uzyskanych badań wskazują jednak, że „efekt śmierci” nie jest jedynie zjawiskiem tymczasowym. Rezultaty dostarczyły dowodów na występowanie pośmiertnego wzrostu cen co najmniej do pięciu lat po śmierci. Najwyższy wzrost cen natomiast notuje się w odstępie dwóch i trzech lat od śmierci artysty.

Proponowane badanie stanowiło pionierskie podejście do „efektu śmierci” ze względu na holistyczny sposób opisu omawianego zjawiska, uwzględniający szereg możliwych przyczyn jego wystąpienia. Na etapie projektowania badania, dokonano operacjonalizacji zmiennych jakościowych wpływających na występowanie „efektu śmierci”. Na potrzeby badania określone zostały wskaźniki takich cech, jak reputacja artysty lub zwiększone zainteresowanie mediów obserwowane po śmierci. W przypadku reputacji artysty, odniesiono się do obu zidentyfikowanych wymiarów konstruktu tj. uznania w środowisku artystycznym (mierzonego wielkością dorobku twórcy) oraz renomy w szerszych kręgach odbiorców (liczba wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google). Przedstawiono również propozycję pomiaru

aktywności medialnej związanej z danym twórcą w określonym czasie – wskaźniki zainteresowania artystą opracowano na podstawie liczby wyników zapytań dotyczących nazwiska artysty w Google Trends.

Badanie dostarczyło dowodów na temat siły wpływu poszczególnych aspektów odpowiedzialnych za wzrost cen po śmierci artysty. Wyniki analizy regresji hedonicznej wskazały, że ceny dzieł sztuki rosną wraz z wiekiem twórcy w momencie śmierci. Porównania cen pośmiertnych odniesionych do cen przedśmiertnych pozwoliły obserwować zmianę cen następującą w poszczególnych okresach po śmierci. Uzyskane wyniki częściowo potwierdziły zaobserwowany efekt – relacje cen prac artystów zmarłych w najstarszym wieku były istotnie wyższe od relacji cen twórców zmarłych pomiędzy 83 a 88 rokiem życia, czyli w grupie prawie najstarszych artystów. Ponadto, relacje cen artystów zmarłych w najmłodszym wieku były istotnie niższe od relacji cen zarówno w najstarszej grupie wiekowej, jak w odniesieniu do twórców zmarłych pomiędzy 75 a 83 rokiem życia. Tym samym, nie potwierdzono negatywnej zależności pomiędzy wiekiem w momencie śmierci a „efektem śmierci”. Jeśli chodzi o pozostałe czynniki oddziałujące na pośmiertny wzrost cen, zmienne te okazały się być istotne. Wyniki analizy regresji hedonicznej uwzględniające zmienne odnoszące się do reputacji dostarczyły spójnych wyników – dowiedziono, że reputacja mierzona wielkością dorobku artysty oraz liczbą wyników wyszukiwania nazwiska twórcy w Google wpływa na ceny pozytywnie. Wyniki tej analizy są spójne z hipotezą o pozytywnym związku pomiędzy reputacją a „efektem śmierci”. Częściowo potwierdzają to wyniki testu istotności różnic relacji cen pośmiertnych i przedśmiertnych. Reputacja ujęta jako liczba dzieł w dorobku artysty oddziałuje pozytywnie na pośmiertny wzrost cen dzieł sztuki. W przypadku reputacji ujętej jako liczba wyników wyszukiwania nazwiska artysty w Google, artyści o średniej reputacji odnotowywali niższe ceny pośmiertne w porównaniu z cenami za życia zarówno w odniesieniu do artystów o lepszej, jak i gorszej reputacji.

Podejmując próbę teoretycznego wyjaśnienia „efektu śmierci” należy odnieść się do dwóch głównych koncepcji – hipotezy Coase’a oraz „efektu nostalgii”. Wyjaśnienie „efektu śmierci” za pomocą hipotezy Coase’a nawiązuje do teorii monopolu dóbr trwałego użytku. W tym układzie, artysta działa jako monopolista – wzrost cen dzieł sztuki w czasie bliskim śmierci wynika z pewności kolekcjonerów co do tego, że podaż dzieł artysty nie ulegnie zwiększeniu. Zdarza się, że produktywność artystów zmniejsza się wraz z wiekiem, jednak to śmierć stanowi ostateczną gwarancję, że dorobek twórcy osiąga finalne rozmiary – znika tym samym ryzyko,

że artysta zaszkodzi rynkowi poprzez nadmierną liczbę tworzonych dzieł. „Efekt nostalgii” w swoim założeniu nie odwołuje się do zmiany w podaży prac. Pośmiertny wzrost cen uzasadnia wzmożonym zainteresowaniem mediów wywołanym śmiercią twórcy. Wyniki badań empirycznych nie potwierdziły znaczenia aktywności medialnej dla kształtowania się cen – mimo obserwowanego wyraźnego wzrostu zainteresowania twórcą w roku śmierci, efekt ten nie utrzymuje się w kolejnych latach. Zainteresowanie twórcą wręcz spadło w okresie pośmiertnym, ceny dzieł natomiast były kilkukrotnie wyższe od cen sprzedaży w roku śmierci. Tym samym, wyjaśnienie „efektu śmierci” poprzez odwołanie się do „efektu nostalgii” nie wydaje się być zasadne. Bardziej trafną teorię tłumaczącą „efekt śmierci” stanowi hipoteza Coase’a. Zgodnie z tą hipotezą, wzrost cen dzieł sztuki może być obserwowany również w antycypacji śmierci twórcy, gdy wśród inwestorów rosną oczekiwania względem ograniczenia podaży dzieł. Badanie dostarczyło dowodów na występowanie wzrostu cen również w antycypacji śmierci. W świetle tej teorii można oczekiwać mniejszego „efektu śmierci” wraz z wiekiem – przeprowadzone badanie nie potwierdziło tej zależności. Wniosek ten można uzasadnić faktem, że dla kolekcjonerów tylko śmierć stanowi jednoznaczne zapewnienie, że artysta nie będzie więcej tworzył. Do tej perspektywy należy włączyć również kwestię reputacji artysty – w przypadku młodszych twórców o nieugruntowanej reputacji (niewielka liczba dzieł w dorobku) nie należy spodziewać się znaczącego pośmiertnego wzrostu cen. Kolekcjonerzy nie decydują się na inwestycje w prace takich artystów, ponieważ nie oczekują dalszych wzrostów cen w toku rozwoju ich karier. Badanie pozwoliło przypuszczać, że wpływ reputacji artysty (mierzonej wielkością dorobku) był przeważający w stosunku do zwiększającego się wraz z wiekiem prawdopodobieństwa śmierci.

Przeprowadzone badanie odpowiada na potrzebę opisywania zależności, jakie kryją się za wartością dzieł sztuki. Uzyskane wyniki pozwalają na lepsze rozumienie kształtowania się oczekiwań inwestorów i tym samym – lepsze zrozumienie funkcjonowania rynku sztuki. Ponadto badanie może być pomocne w konstruowaniu indeksów cen, stanowiących punkt odniesienia w dywersyfikacji portfeli inwestycyjnych. Integracja szeregu czynników wpływających na ceny dzieł sztuki po śmierci artysty przyczynia się do bardziej świadomych zachowań kolekcjonerów, dzięki czemu inwestowanie w sztukę może być obciążone mniejszym ryzykiem. Wartość dokonanych analiz tkwi również w warstwie metodycznej. W rozprawie przedstawiono sposoby badania „efektu śmierci”, których nie stosowano w dotychczasowych badaniach. Wśród nich należy wskazać na porównania zmian cen

w przypadku powtórnych sprzedaży w grupach w zależności od statusu życia artysty, gdzie szczególnie interesującą z punktu widzenia tematyki pracy była grupa artystów zmarłych pomiędzy obiema transakcjami. Ponadto, część analiz przeprowadzono na wielkościach relatywnych skalkulowanych jako relacje cen pośmiertnych do cen przedśmiertnych, co pozwoliło zaobserwować zmiany niezależnie od średnich cen poszczególnych artystów.

Ograniczenia przeprowadzonego badania mogą wynikać z trudności w prawidłowym definiowaniu zmiennych i przekształceniu ich w mierzalne czynniki. Właściwa operacjonalizacja zmiennych jest kluczowa z punktu widzenia precyzyjnego zbadania omawianego zjawiska. Przykładowo, reputacja artysty jest cechą, która w naturalny sposób nie jest wyrażona w postaci liczb. Rozbudowanie konstruktów reputacji mogłoby stanowić kierunek przyszłych badań – uzyskane wyniki nie dostarczyły w pełni spójnych wniosków przy zastosowaniu dwóch różnych mierników. Wyniki uzyskane za pomocą regresji powtórnej sprzedaży wiążą się z niedoskonałością wynikającą z założeń tej metody. Analiza bazuje wyłącznie na transakcjach z udziałem dzieł sztuki, które były przedmiotem obrotu co najmniej dwukrotnie, prowadząc do znaczącego zawężenia wielkości próby. Ograniczenie badania związane jest również z uwzględnieniem w próbie wyłącznie dzieł malarskich, które – chociaż generują zdecydowanie największe obroty – nie są jedynym rodzajem aktywów będących przedmiotem sprzedaży na rynku aukcji sztuki. Zbadanie występowania „efektu śmierci” dla innych mediów może być przedmiotem dalszych badań. Ponadto, aukcje na rynku sztuki nie obejmują całego rynku – w analizie nie uwzględniono danych na temat cen galeryjnych. Ograniczenie badania wynika również z empirycznej weryfikacji problemu wyłącznie w odniesieniu do polskiego rynku sztuki.

Bibliografia

- Agnello, R. J. (2002). Investment Returns and Risk for Art: Evidence from Auctions of American Paintings. *Eastern Economic Journal*, 28(4), 443–463. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/40325391>
- Agnello, R. J. i Pierce, R. K. (1996). Financial Returns, Price Determinants, and Genre Effects in American Art Investment. *Journal of Cultural Economics*, 20(4), 359–383. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/41810607>
- Ahmad, W., Ahmed, T. i Ahmad, B. (2019). Hedonic pricing of goat characteristics at the market level: The case of Pakistan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22(4), 483–497. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2018.0037>
- Anderson, R. C. (1974). Paintings as an investment. *Economic Inquiry*, 12, 13–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1974.tb00223.x>
- Angelini, F. (2017). Essays on Economics of the Arts. Lukka: *IMT School for Advanced Studies*. <http://dx.doi.org/10.6092/imtlucca/e-theses/222>
- Angelini, F. i Castellani, M. (2019). Cultural and economic value: a critical review. *Journal of Cultural Economics*, 43(2), 173–188. <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9334-4>
- Artinfo.pl. (2019). *Rynek sztuki w Polsce. Raport 2019*.
- Ashenfelter, O. i Graddy, K. (2003). Auctions and the price of art. *Journal of Economic Literature*, 41(3), 763–787. <https://doi.org/10.1257/002205103322436188>
- Bailey, M. J., Muth, R. F. i Nourse, H. O. (1963). A Regression Method for Real Estate Price Index Construction. *Journal of the American Statistical Association*, 58(304), 933–942. <https://doi.org/10.1080/01621459.1963.10480679>
- Baumol, W. J. (1986). Unnatural Value: or Art Investment as Floating Crap Game. *The American Economic Review*, 76(2), 10–14. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/1818726>
- Beckert, J. i Rössel, J. (2013). The Price of Art. *European Societies*, 15(2), 178–195. <https://doi.org/10.1080/14616696.2013.767923>
- Beech, D. (2015). *Art and Value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics* (Vol. 31). Brill.
- Benfratello, L., Piacenza, M. i Sacchetto, S. (2015). Taste or reputation: what drives market prices in the wine industry? Estimation of a hedonic model for Italian premium wines.

- Applied Economics*, 41(17), 2197–2209.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00036840701222439>
- Bernaś, P. (2016). Klasyfikacja indeksów na rynku sztuki. *Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego. Studia i Prace*, 2, 157–178. <https://doi.org/10.33119/kkessip.2016.2.10>
- Białowąs, S., Potocki, T. i Rogozińska, A. (2018). Financial returns and cultural price determinants on the polish art market, 1991–2012. *Acta Oeconomica*, 68(4), 591–615.
<https://doi.org/10.1556/032.2018.68.4.6>
- Białynicka-Birula, J. (2003). Wartość dzieła sztuki w kontekście teorii estetycznych i ekonomicznych. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 640, 63–75.
Pobrane z
https://www.researchgate.net/publication/312379548_Wartosc_dziel_sztuki_w_kontekscie_teorii_estetycznych_i_ekonomicznych
- Białynicka-Birula, J. (2005). Rynek dzieł sztuki w kontekście mikroekonomicznej teorii rynku. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 680. Pobrane z
https://www.researchgate.net/publication/312379467_Rynek_dziel_sztuki_w_kontekscie_mikroekonomicznej_teorii_ryнку
- Bocart, F. Y. R. P. i Hafner, C. M. (2015). Volatility of Price Indices for Heterogeneous Goods with Applications to the Fine Art Market. *Journal of Applied Econometrics*, 30, 291–312.
<https://doi.org/DOI: 10.1002/jae.2355>
- Bonus, H. i Ronte, D. (1997). Credibility and Economic Value in the Visual Arts. *Journal of Cultural Economics*, 21(2), 103–118. Pobrane z <http://www.jstor.org/stable/41810620>
- Borowski, K. (2013). *Sztuka inwestowania w sztukę*. Warszawa: Difin.
- Boyer, C. M. (2011). The market for fine art and the economy. *Journal of Wealth Management*, 13(4), 77–83. <https://doi.org/10.3905/jwm.2011.13.4.077>
- Brandes, L., Nüesch, S. i Franck, E. (2016). Death-related publicity as informational advertising: evidence from the music industry. *Marketing Letters*, 27(1), 143–157.
<https://doi.org/10.1007/s11002-014-9322-1>
- Bruni, L. (2013). The Paretian Turn. *Revue Européenne Des Sciences Sociales*, 51–2, 47–64.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4000/ress.2510>
- Buelens, N. i Ginsburgh, V. (1993). Revisiting Baumol’s “Art as Floating Crap Game.” *European Economic Review*, 37(1993), 1351–1371. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(93\)90060-N](https://doi.org/10.1016/0014-2921(93)90060-N)

- Burton, B. J. i Jacobsen, J. P. (1999). Measuring Returns on Investments in Collectibles. *Journal of Economic Perspectives*, 13(4), 193–212. <https://doi.org/10.1257/jep.13.4.193>
- Burton, B. J. i Jacobsen, J. P. (2001). The rate of return on investment in wine. *Economic Inquiry*, 39(3), 337–350. <https://doi.org/10.1093/ei/39.3.337>
- Campos, N. F. i Barbosa, R. L. (2009). Paintings and Numbers: An Econometric investigation of Sales Rates, Prices and Returns in Latin American Art Auctions. *Oxford Economic Papers*, 61(1), 28–51. <https://doi.org/10.1093/oep/gpn020>
- Canals-Cerdá, J. J. (2011). The value of a good reputation online: an application to art auctions. *Journal of Cultural Economics*, 36(1), 67–85. <https://doi.org/10.1007/s10824-011-9156-0>
- Candela, G., Castellani, M., Pattitoni, P. i Di Lascio, F. M. L. (2016). On Rosen's and Adler's hypotheses in the modern and contemporary visual art market. *Empirical Economics*, 51(1), 415–437. <https://doi.org/10.1007/s00181-015-1002-3>
- Candela, G., Figini, P. i Scorcu, A. E. (2004). Price indices for artists - A proposal. *Journal of Cultural Economics*, 28(4), 285–302. <https://doi.org/10.1007/s10824-004-2529-x>
- Case, B. K. E. i Shiller, R. J. (1989). The Efficiency of the Market for Single-Family Homes. *The American Economic Review*, 79(1), 125–137. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/1804778>
- Case, B. i Quigley, J. M. (1991). The Dynamics of Real Estate Prices. *The Review of Economics and Statistics*, 73(1), 50–58. <https://doi.org/10.2307/2109686>
- Chanel, O., Gérard-Varet, L. A. i Ginsburgh, V. (1996). The relevance of hedonic price indices: The case of paintings. *Journal of Cultural Economics*, 20(1), 1–24. <https://doi.org/10.1007/s10824-005-1024-3>
- Chau, K. W. (2006). *Index Construction Method for The University of Hong Kong All Residential Price Index (HKAPI) and all its sub-indices (HKU-HRPI, HKU-KRPI, HKU-NRPI)*. Hong Kong: The University of Hong Kong. Pobrane z http://hkureis.versitech.hku.hk/HKU_Index-description_Ver1_28_.pdf
- Christie's. (2015). *Auctions that made art history: Part 2*. https://www.christies.com/features/Auctions_That_Made_History_2-5580-1.aspx
- Cinefra, J., Garay, U., Mibelli, C. i Pérez, E. (2019). The determinants of art prices: an analysis of Joan Miró. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 32(3), 373–391. <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2018-0121>

- Clapp, J. M. i Giaccotto, C. (1999). Revisions in repeat-sales price indexes: Here today, gone tomorrow? *Real Estate Economics*, 27(1), 79–104. <https://doi.org/10.1111/1540-6229.00767>
- Coase, R. H. (1972). Durability and Monopoly. *Journal of Law and Economics*, 15(1), 143–149. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/725018?origin=JSTOR-pdf>
- Collins, A., Scorcu, A. i Zanola, R. (2009). Reconsidering hedonic art price indexes. *Economics Letters*, 104(2), 57–60. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2009.03.025>
- Colwell, P. F. i Dilmore, G. (1999). Who was first? An examination of an early hedonic study. *Land Economics*, 75(4), 620–626. <https://doi.org/10.2307/3147070>
- Costanigro, M., McCluskey, J. J. i Mittelhammer, R. C. (2007). Segmenting the wine market based on price: Hedonic regression when different prices mean different products. *Journal of Agricultural Economics*, 58(3), 454–466. <https://doi.org/10.1111/j.1477-9552.2007.00118.x>
- Costelloe, T. M. (2007). *Aesthetics and Morals in the Philosophy of David Hume*. Nowy Jork: Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203940334>
- Czujack, C. (1997). Picasso Paintings at Auction, 1963-1994. *Cultural Economics*, 21(3), 229–247. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/41810637>
- de la Barre, M., Docclo, S. i Ginsburgh, V. (1994). Returns of Impressionist, Modern and Contemporary European Paintings 1962-1991. *Annales d'Économie et de Statistique*, 35, 143–181. <https://doi.org/10.2307/20075962>
- Demir, E., Gozgor, G. i Sari, E. (2018). Dynamics of the Turkish paintings market: A comprehensive empirical study. *Emerging Markets Review*, 36(October 2017), 180–194. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2018.04.007>
- Desa.pl. (2020). *Fangor pobit własny rekord*. <https://desa.pl/pl/aktualnosci/fangor-pobil-wlasny-rekord/>
- Desmond, W. (1986). *Art and the Absolute: A Study of Hegel's Aesthetics*. Albany, Nowy Jork: State University of New York Press.
- Dimson, E., Rousseau, P. L. i Spaenjers, C. (2015). The price of wine. *Journal of Financial Economics*, 118(2), 431–449. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.08.005>
- Dimson, E. i Spaenjers, C. (2011). Ex post: The investment performance of collectible stamps. *Journal of Financial Economics*, 100(2), 443–458. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.12.005>

- Drenda, L. (2016). Teoria wartości, wartość teorii. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 259, 39–48. Pobrane z <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.cejsh-1e5977c7-724d-4f60-8fa2-cae730ea4799/c/04.pdf>
- Dürr, F. (2010). *The Swiss Art Index* [Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften]. <https://doi.org/https://doi.org/10.21256/zhaw-91>
- Ekelund, R. B., Ressler, R. W. i Watson, J. K. (2000). The “Death-Effect” in Art Prices: A Demand-Side Exploration. *Journal of Cultural Economics*, 24(4), 283–300. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1007618221648>
- Ekelund, R., Jackson, J. D. i Tollison, R. (2017). *The Economics of American Art: Issues, Artists and Market Institutions*. Nowy Jork: Oxford University Press.
- ErDOS, P. i Ormos, M. (2012). Pricing of collectibles: Baedeker guidebooks. *Economic Modelling*, 29(5), 1968–1978. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.06.010>
- Etro, F. i Pagani, L. (2012). The market for paintings in Italy during the seventeenth century. *Journal of Economic History*, 72(2), 423–447. <https://doi.org/10.1017/S0022050712000083>
- Etro, F. i Stepanova, E. (2013). The Market for Paintings in the Netherlands During the Seventeenth Century. *SSRN Electronic Journal* (Issue 16). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2320490>
- Etro, F. i Stepanova, E. (2015). The Market for Paintings in Paris between Rococo and Romanticism. *Kyklos*, 68(1), 28–50. <https://doi.org/10.1111/kykl.12072>
- Etro, F. i Stepanova, E. (2017). Art Auctions and Art Investment in the Golden Age of British Painting. *Scottish Journal of Political Economy*, 64(2), 191–225. <https://doi.org/10.1111/sjpe.12122>
- Falk, M. (2008). A hedonic price model for ski lift tickets. *Tourism Management*, 29(6), 1172–1184. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.021>
- Fedderke, J. W. i Li, K. (2020). Art in Africa: Hedonic price analysis of the South African fine art auction market, 2009–2014. *Economic Modelling*, 84(November 2018), 88–101. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.03.011>
- Figini, P. i Onofri, L. (2006). Old Master paintings: price formation and public policy implications. W: A. Marciano i J. M. Josselin (Eds.), *Law and the State: A Political Economy Approach* (s. 381–398). Edward Elgar Publisher.

- Forbes.pl. (2020). *Rekord na aukcji. Matejko sprzedany za siedem milionów złotych*.
<https://www.forbes.pl/life/sztuka/portret-prof-dr-karola-gilewskiego-jana-matejki-sprzedany-na-aukcji-za-7-mln-zl/yn9xv65>
- Fouto, N. M. M. D., De Angelo, C. F. i Luppe, M. R. (2009). A five-year hedonic price breakdown for desktop personal computer attributes in Brazil. *BAR - Brazilian Administration Review*, 6(3), 173–186. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922009000300002>
- Fraiberger, S. P., Sinatra, R., Resch, M., Riedl, C. i Barabási, A.-L. (2018). Quantifying reputation and success in art. *Science*, 362(6416), 825–829.
<https://doi.org/10.1126/science.aau7224>
- Frey, B. S. i Pommerehne, W. W. (1989). Art Investment: An Empirical Inquiry. *Southern Economic Journal*, 56, 396–409. <https://doi.org/10.2307/1059218>
- Frick, B. i Knebel, C. (2014). *Is there really a “Death-Effect” in Art Markets ?* May, 1–26.
 Pobrane z <https://www.researchgate.net/publication/228456929>
- Gagnier, R. (1993). On the Insatiability of Human Wants: Economic and Aesthetic Man. *Victorian Studies*, 36(2), 125–153. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/3827819>
- Garay, U. (2019). Determinants of art prices and performance by movements: Long-run evidence from an emerging market. *Journal of Business Research*, February 2018, 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.057>
- Garcia-Del-Barrio, P. i Pujol, F. (2007). Hidden monopsony rents in winner-take-all markets - Sport and economic contribution of Spanish soccer players. *Managerial and Decision Economics*, 28(1), 57–70. <https://doi.org/10.1002/mde.1313>
- Ginsburgh, V., Mei, J. i Moses, M. (2006). On the Computation of Prices Indices. W: V. Ginsburgh i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 1, Issue October, s. 947–979). Amsterdam: Elsevier.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01027-1](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01027-1)
- Ginsburgh, V., Radermecker, A. S. i Tommasi, D. (2019). The effect of experts’ opinion on prices of art works: The case of Peter Brueghel the Younger. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 159, 36–50. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.09.002>
- Goetzmann, W. N. (1993). Accounting for Taste: Art and the Financial Markets Over Three Centuries. *The American Economic Review*, 83(5), 1370–1376. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/2117568>

- Goetzmann, W. N., Renneboog, L. i Spaenjers, C. (2011). Art and Money. *The American Economic Review*, 101(3), 222–226. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/29783743>
- Goodwin, C. (2006). Art and Culture in the History of Economic Thought. W: V. A. Ginsburg i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (s. 25–68). Amsterdam: Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01002-7](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01002-7)
- Graddy, K. i Margolis, P. E. (2011). Fiddling with Value: Violins as an Investment? *Economic Inquiry*, 49(4), 1083–1097. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2010.00269.x>
- Graham, G. (2014). *Aesthetics as a Normative Science*. 75(October), 249–264. <https://doi.org/10.1017/S1358246114000216>
- Grampp, W. D. (1989). *Pricing the Priceless: Art, Artists, and Economics*. Basic Books.
- Guy, J. (1999). Aesthetics, Economics and Commodity Culture: Theorizing Value in Late Nineteenth-Century Britain Aesthetics. *English Literature in Transition, 1880-1920*, 42(2), 143–171. Pobrane z <https://muse.jhu.edu/article/366626>
- Hayes, R. M. i Schaefer, S. (1999). How much are differences in managerial ability worth? *Journal of Accounting and Economics*, 27(2), 125–148. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(99\)00007-5](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(99)00007-5)
- He, X., Prasad, A., Sethi, S. P. i Gutierrez, G. J. (2007). A survey of Stackelberg differential game models in supply and marketing channels. *Journal of Systems Science and Systems Engineering*, 16(4), 385–413. <https://doi.org/10.1007/s11518-007-5058-2>
- Heidegger, M. (1992). O źródle dzieła sztuki. *Sztuka i Filozofia*, 5, 9–67. Pobrane z http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Sztuka_i_Filozofia/Sztuka_i_Filozofia-r1992-t5/Sztuka_i_Filozofia-r1992-t5-s9-67/Sztuka_i_Filozofia-r1992-t5-s9-67.pdf
- Higgs, H. (2012). Australian Art Market Prices During the Global Financial Crisis and Two Earlier Decades. *Australian Economic Papers*, 51(4), 189–209. <https://doi.org/10.1111/1467-8454.12001>
- Higgs, H. i Worthington, A. (2005). Financial Returns and Price Determinants in the Australian Art Market , 1973-2003*. *The Economic Record*, 81(253), 113–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1475-4932.2005.00237.x>
- Hodgson, D. (2011). An analysis of pricing and returns in the market for French Fanadian paintings. *Applied Economics*, 43(1), 63–73. <https://doi.org/10.1080/00036840802400462>
- Hodgson, D. J. i Vorkink, K. P. (2004). Asset pricing theory and the valuation of Canadian paintings. *Canadian Journal of Economics*, 37(3), 629–655. <https://doi.org/10.1111/j.0008->

4085.2003.00241.x

- Hofstadter, A. i Kuhns, R. (1976). *Philosophies of Art and Beauty: Selected Readings in Aesthetics from Plato to Heidegger*. Chicago: University of Chicago Press.
- Horowitz, N. (2011). *Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market*. Princeton: Princeton University Press.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/j.ctvx078bv>
- Houlgate, S. (2020). Heidegger's Aesthetics. W: E. Zalta (Ed.), *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Pobrane z <https://plato.stanford.edu/entries/heidegger-aesthetics/>
- Hutter, M. i Frey, B. S. (2010). On the Influence of Cultural Calue on Economic Value. *Revue d'Economie Politique*, 120(1), 35–46. <https://doi.org/10.3917/redp.201.0035>
- Hutter, M. i Shusterman, R. (2006). Value and the Valuation of Art in Economic and Aesthetic Theory. W: V. Ginsburgh i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 1, s. 169–208). Amsterdam: Elsevier. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01006-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01006-4)
- Ingarden, R. (1966). *Przeżycie, dzieło, wartość*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Itaya, J. i Ursprung, H. W. (2016). Price and death: modeling the death effect in art price formation. *Research in Economics*, 70(3), 431–445.
<https://doi.org/10.1016/j.rie.2016.07.005>
- Jastrzębski, J. i Mroczek, K. (2014). Ronald Harry Coase (1910–2013). *Gospodarka Narodowa*, 3(271), 153–166. <https://doi.org/10.33119/GN/100905>
- Jevons, W. S. (2013). *Theory of Political Economy*. Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1057/9781137374158>
- Johnson, B. W., Magee, R. P., Nagarajan, N. J. i Newman, H. A. (1985). An analysis of the stock price reaction to sudden executive deaths. *Journal of Accounting and Economics*, 7(1–3), 151–174. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(85\)90034-5](https://doi.org/10.1016/0165-4101(85)90034-5)
- Kivy, P. (1995). The “Sense” of Beauty and the Sense of “Art”: Hutcheson's Place in the History and Practice of Aesthetics. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 53(4), 349–357.
- Klamer, A. (1996). The Value of Culture. W: A. Klamer (Ed.), *The Value of Culture. On the Relationship Between Economics and Arts* (s. 13–30). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/doi:10.2307/j.ctt46mwr9.4>
- Klamer, A. (2004). Cultural Goods Are Good for More than Their Economic Value. W: V. Rao i M. Walton (Eds.), *Culture and Public Action* (s. 138–162). Stanford: Stanford University

Press.

- Kompa, K. i Witkowska, D. (2014). Indeks hedoniczny malarstwa polskiego dla najbardziej popularnych autorów na rynku aukcyjnym w latach 2007–2010. *Acta Universitatis Nicolai Copernici Ekonomia*, 45(1), 7–26. https://doi.org/10.12775/aunc_econ.2014.001
- Kompa, K. i Witkowska, D. (2015). Construction Of Hedonic Price Index For The “Most Liquid” Polish Painters. *Folia Oeconomica Stetinensia*, 14(2), 76–100. <https://doi.org/10.1515/fofi-2015-0004>
- Korteweg, A. G., Kräussl, R. i Verwijmeren, P. (2016). Does it Pay to Invest in Art? A Selection-Corrected Returns Perspective. *The Review of Financial Studies*, 29(4), 1007–1038. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/rfs/hhv062>
- Kräussl, R. (2013). *The Death Effect ? Not So Fast*. 154–155. Pobrane z http://www.art-finance.com/AA_2013_June.pdf
- Kräussl, R. (2015). Art as an Alternative Asset Class: Risk and Return Characteristics of the Middle Eastern and Northern African Art Markets. *Cosmopolitan Canvases*, 494, 147–169. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198717744.003.0007>
- Kräussl, R. i Schellart, E. H. (2007). Hedonic Pricing of Artworks: Evidence from German Paintings. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.968198>
- Kräussl, R. i van Elstrand, N. (2008). *Constructing the true art market index: A novel 2-step hedonic approach and its application to the German art market* (2008/11 CFS Working Paper Series). Pobrane z <http://hdl.handle.net/10419/25546>
- Lang, G. E. i Lang, K. (1988). Recognition and Renown: The Survival of Artistic Reputation. *American Journal of Sociology*, 94(1), 79–109. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/2781023>
- Levinson, J. (2014). Values of Music. W: V. Ginsburgh i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (s. 101–117). Oxford: Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53776-8.00005-2>
- Locatelli-Biey, M. i Zanola, R. (1999). Investment in Paintings: A Short-Run Price Index. *Journal of Cultural Economics*, 23, 211–222. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/41810697>
- Locatelli-Biey, M. i Zanola, R. (2002). The Market for Sculptures: an Adjacent Year Regression Index. *Journal of Cultural Economics*, 26, 65–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1013309816736>

- Lucińska, A. (2015). Zastosowanie narzędzi regresji hedonicznej do oceny poziomu stopy zwrotu i ryzyka inwestycji na rynku malarstwa polskiego. *Zarządzanie i Finanse*, 13(4), 39–61. Pobrane z http://zif.wzr.pl/pim/2015_4_2_3.pdf
- Maddison, D. i Pedersen, A. J. (2008). The death effect in art prices: Evidence from Denmark. *Applied Economics*, 40(14), 1789–1793. <https://doi.org/10.1080/00036840600905191>
- Mamrabachi, R., Day, M. i Favato, G. (2008). *Art as an Alternative Investment Asset*. 1–22. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1112630>
- Mandeville, B. (1989). *The Fable of the Bees*. Londyn: Penguin Classics.
- Markwart, A. (2012). Użyteczność, piękno, wartość: estetyka Adama Smitha. *Kultura i Edukacja*, 1(87), 200–214. [https://doi.org/http://kultura-i-edukacja.pl/ojs/index.php?journal=kie&page=article&op=viewFile&path\[\]=204&path\[\]=200](https://doi.org/http://kultura-i-edukacja.pl/ojs/index.php?journal=kie&page=article&op=viewFile&path[]=204&path[]=200)
- Matheson, V. A. i Baade, R. A. (2004). “Death effect” on collectible prices. *Applied Economics*, 36, 1151–1155. <https://doi.org/10.1080/0003684042000247343>
- McAndrew, C. (2018). *The Art Market 2018*.
- McCain, R. (2006). Defining Cultural and Artistic Goods. W: V. Ginsburgh i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (1st ed., s. 147–167). Amsterdam: Elsevier. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01005-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01005-2)
- McCormack, K. (2015). Diagnostics for Hedonic Models Using an Example for Cars (Hedonic Regression). *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 2(1), 23–37. <https://doi.org/10.15406/bbij.2015.02.00022>
- Meese, R. A. i Wallace, N. E. (1997). The Construction of Residential Housing Price Indices: A Comparison of Repeat-Sales, Hedonic-Regression, and Hybrid Approaches. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 14(1–2), 51–73. <https://doi.org/10.1023/A:1007715917198>
- Mei, J. i Moses, M. (2002). Art as an investment and the underperformance of masterpieces. *American Economic Review*, 92(5), 1656–1668. <https://doi.org/10.1257/000282802762024719>
- Onofri, L. (2009). Old master paintings, export veto and price formation: An empirical study. *European Journal of Law and Economics*, 28(2), 149–161. <https://doi.org/10.1007/s10657-008-9094-2>
- Oosterlinck, K. (2017). Art as a Wartime Investment: Conspicuous Consumption and Discretion. *Economic Journal*, 127(607), 2665–2701. <https://doi.org/10.1111/eoj.12391>

- Pakalski, D. (1994). Problem celowości piękna w estetyce Kanta. *Sztuka i Filozofia*, 8, 123–140. Pobrane z http://bazhum.muzhp.pl/media//files/Sztuka_i_Filozofia/Sztuka_i_Filozofia-r1994-t8/Sztuka_i_Filozofia-r1994-t8-s123-140/Sztuka_i_Filozofia-r1994-t8-s123-140.pdf
- Pakes, A. (2002). *A Reconsideration of Hedonic Price Indexes with an Application to PC's*. December, 1–45. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.373101>
- Pallant, J. (2011). *SPSS Survival Manual: a step by step guide to data analysis using SPSS* (4th ed.). Crows Nest: Allen & Unwin.
- Park, H., Ju, L., Liang, T. i Tu, Z. (2017). Horizon analysis of art investments: Evidence from the Chinese market. *Pacific Basin Finance Journal*, 41(February 2014), 17–25. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2016.11.001>
- Penasse, J., Renneboog, L. i Scheinkman, J. (2020). When a Master Dies: Speculation and Asset Float. *SSRN Electronic Journal*, 2–58. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3560146>
- Pesando, J. E. (1993). Art as an Investment: The Market for Modern Prints. *The American Economic Review*, 83(5), 1075–1089. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/2117549>
- Pesando, J. E. i Shum, P. M. (2008). The auction market for modern prints: Confirmations, contradictions, and new puzzles. *Economic Inquiry*, 46(2), 149–159. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2007.00070.x>
- Piechaczek, A. (2010). Istota i znaczenie “efektu śmierci” na rynku sztuki. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, nr 117, 331–339.
- Pownall, R. A. J. i Graddy, K. (2016). Pricing color intensity and lightness in contemporary art auctions. *Research in Economics*, 70(3), 412–420. <https://doi.org/10.1016/j.rie.2016.06.007>
- Renard, S. i Gretz, R. (2019). Music, Death, and Profits: Variables Contributing to the Surge in Sales After an Artist’s Death. *Journal of the Music and Entertainment Industry Educators Association*, 19(1), 137–162. <https://doi.org/10.25101/19.6>
- Rengers, M. i Velthuis, O. (2002). Determinants of Prices for Contemporary Art in Dutch Galleries, 1992–1998. *Journal of Cultural Economics*, 26(1), 1–28. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/41810775>
- Renneboog, L. i Van Houtte, T. (2002). The monetary appreciation of paintings: from realism to Magritte. *Cambridge Journal of Economics*, 26(3), 331–358. <https://doi.org/10.1093/cje/26.3.331>

- Renneboog, Luc i Spaenjers, C. (2011). The Iconic Boom in Modern Russian Art. *Journal of Alternative Investments*, 13(3), 67–80.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3905/jai.2011.13.3.067>
- Renneboog, Luc i Spaenjers, C. (2013). Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market. *Management Science*, 59(1), 36–53. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1580>
- Romanow, Z. (1988). Koncepcje wartości i ceny w teoriach ekonomicznych. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 3, 149–162. Pobrane z <https://repozytorium.amu.edu.pl/handle/10593/16755>
- Ruccio, D., Graham, J. i Amariglio, J. (1996). “The Good, the Bad, and the Different”: Reflections on Economic and Aesthetic Value. W: A. Klammer (Ed.), *The Value of Culture: On the Relationship between Economics and Arts* (s. 56–74). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt46mwr9.7>
- Sagoff, M. (1981). On the aesthetic and economic value of art. *The British Journal of Aesthetics*, 21(4), 318–329. <https://doi.org/10.1093/bjaesthetics/21.4.318>
- Sagot-Duvauroux, D. (2011). Art prices. W: R. Towse (Ed.), *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition*. Northampton: Edward Elgar.
<https://doi.org/10.4337/9780857930576>
- Schönfeld, S. i Reinstaller, A. (2007). The effects of gallery and artist reputation on prices in the primary market for art: A note. *Journal of Cultural Economics*, 31(2), 143–153.
<https://doi.org/10.1007/s10824-007-9031-1>
- Scorcu, A. E. i Zanola, R. (2011). The “Right” Price for Art Collectibles: A Quantile Hedonic Regression Investigation of Picasso Paintings. *The Journal of Alternative Investments*, 14(2), 89–99. <https://doi.org/10.3905/jai.2011.14.2.089>
- Seçkin, A. i Atukeren, E. (2011). Finance A Heckit Model of Sales Dynamics in Turkish Art Auctions: 2005-2008. *Review of Middle East Economics and Finance*, 7(3), 1–32.
<https://doi.org/10.1515/1475-3693.1304>
- Shelley, J. (2006). 18th Century British Aesthetics. W: E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Pobrane z <https://plato.stanford.edu/entries/aesthetics-18th-british/>
- Shi, Y., Conroy, P., Wang, M. i Dang, C. (2018). The Investment Performance of Art in Mainland China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(6), 1358–1374.
<https://doi.org/10.1080/1540496X.2017.1281800>

- Smith, A. (1977). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Smith, B. H. (1988). *Contingencies of Value: Alternative Perspectives for Critical Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Szyszka, A. i Białowąs, S. (2019). Prices of works of art by living and deceased artists auctioned in Poland from 1989 to 2012. *Economics and Business Review*, 5(19), 112–127. <https://doi.org/10.18559/ebr.2019.4.6>
- Taylor, D. i Coleman, L. (2011). Price determinants of Aboriginal art, and its role as an alternative asset class. *Journal of Banking and Finance*, 35(6), 1519–1529. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.10.027>
- Throsby, D. (1994). The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, 32(1), 1–29. <http://www.jstor.org/stable/2728421>
- Throsby, D. (2003). Determining the Value of Cultural Goods: How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us? *Journal of Cultural Economics*, 27, 275–285. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1026353905772>
- Throsby, D. i Zednik, A. (2014). The Economic and Cultural Value of Paintings: Some Empirical Evidence. W: V. Ginsburgh i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 2, s. 81–99). Oxford: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53776-8.00004-0>
- Towse, R. (1996). Market Value and Artist's Earnings. W: A. Klammer (Ed.), *The Value of Culture. On the Relationship Between Economics and Arts* (s. 96–107). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt46mwr9.9>
- Triplett, J. (2006). *Handbook on Hedonic Indexes and Quality Adjustments in Price Indexes: Special Application to Information Technology Products*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264028159-en>
- Triplett, J. E. (1986). The Economic Interpretation of Hedonic Methods. *Survey of Current Business*, 66(January), 36–40. <https://doi.org/10.1080/00220973.1936.11016783>
- Trojanek, R. (2018). *Teoretyczne i metodyczne aspekty wyznaczania indeksów cen na rynku mieszkaniowym*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Ursprung, H. W. i Itaya, J. (2008). *Price and Death* (No. 2213). Pobrane z <https://ssrn.com/abstract=1090849>

- Ursprung, H. W. i Wiermann, C. (2011). Reputation, Price, and Death: An Empirical Analysis of Art Price Formation. *Economic Inquiry*, 49(3), 697–715. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2009.00279.x>
- Van den Braemhussche, A. (1996). The Value of Art: A Philosophical Perspective. W: A. Klamer (Ed.), *The Value of Culture. On the Relationship between Economics and Arts* (s. 31–43). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt46mwr9.5>
- Vandenabeele, B. (2008). Schopenhauer on aesthetic understanding and the values of art. *European Journal of Philosophy*, 16(2), 194–210. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0378.2008.00307.x>
- Velthuis, O. (2005). *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press. Pobrane z <https://www.jstor.org/stable/j.ctt4cgd14>
- Vojvodić Balaž, V. (2019). Monetary Symbolism: Art as a Deposit of Value. *AM Journal of Art and Media Studies*, 1920(20), 137–147. <https://doi.org/10.25038/am.v0i20.333>
- Witkowska, D. (2016). Evaluation of the individual hedonic Art price indexes for the Polish painters representing the auction market in Poland. *Transformations in Business and Economics*, 15(2), 61–77.
- Witkowska, D. i Lucińska, A. (2015). Hedoniczny indeks cen obrazów sprzedanych na polskim rynku aukcyjnym w latach 2007–2013. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 2015(862), 515–527. <https://doi.org/10.18276/frfu.2015.75-42>
- Woodmansee, M. (1994). *The Author, Art, And The Market. Rereading the History of Aesthetics*. Nowy Jork: Columbia University Press.
- Worrell, D. L., Davidson III, W. N., Chandy, P. R. i Garrison, S. L. (1986). Management Turnover through Deaths of Key Executives: Effects on Investor Wealth. *Academy of Management*, 29(4), 674–694. <https://doi.org/10.2307/255939>
- Young, J. (1992). *Nietzsche's Philosophy of Art*. Cambridge: Cambridge University Press.

Spis tabel

Tabela 1. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane z wizualnymi charakterystykami dzieła.....	32
Tabela 2. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane z dziełem, które nie są związane z wizualnymi charakterystykami dzieła	42
Tabela 3. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane z artystą	46
Tabela 4. Badania uwzględniające czynniki wpływające na ceny dzieł sztuki związane ze sprzedażą	53
Tabela 5. Badania nad statusem życia artysty	61
Tabela 6. Najważniejsze badania związane z „efektem śmierci”	67
Tabela 7. Wskaźniki reputacji artysty	86
Tabela 8. Wybrane badania z wykorzystaniem regresji powtórnej sprzedaży dotyczące rynku sztuki.....	101
Tabela 9. Wybrane badania z wykorzystaniem regresji hedonicznej dotyczące rynku sztuki	106
Tabela 10. Zmienne uwzględnione w modelach hedonicznych.....	113
Tabela 11. Podział transakcji uwzględnionych w próbie ze względu na dom aukcyjny, w jakim odbywała się sprzedaż	115
Tabela 12. Podział transakcji uwzględnionych w próbie ze względu na najczęściej występujące techniki	116
Tabela 13. Podział transakcji uwzględnionych w próbie ze względu na najczęściej występujące typy podłoża	117
Tabela 14. Najdrożej wylicytowane dzieła sztuki w analizowanej próbie.....	118
Tabela 15. Statystyki opisowe dzieł sztuki uwzględnionych w próbie według statusu życia artysty.....	119
Tabela 16. Podsumowanie analizy regresji hedonicznej – model 1.....	122
Tabela 17. Wyniki analizy regresji hedonicznej – model 1.....	123
Tabela 18. Pary transakcji uwzględnione w analizie z uwagi na status życia artysty podczas sprzedaży	126

Tabela 19. Różnice pomiędzy średnimi cenami dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w grupach w zależności od statusu życia artysty	128
Tabela 20. Zmiany cen dzieł sztuki pomiędzy pierwszą a drugą sprzedażą w grupach wyszczególnionych z uwagi na status życia artysty w momencie sprzedaży	129
Tabela 21. Relacje cen sprzedaży względem cen przedśmiertnych w grupach w zależności od czasu pomiędzy śmiercią a transakcją	132
Tabela 22. Test istotności różnic relacji cen licytowanych w poszczególnych latach przed i po śmierci w odniesieniu do cen przedśmiertnych.....	133
Tabela 23. Podsumowanie analizy regresji hedonicznej – model 2.....	137
Tabela 24. Wyniki analizy regresji hedonicznej – model 2.....	137
Tabela 25. Zestawienie par transakcji uwzględnionych w regresji powtórnej sprzedaży.....	140
Tabela 26. Podsumowanie analizy regresji powtórnej sprzedaży w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na status życia artysty	140
Tabela 27. Dobroć dopasowania modelu regresji	141
Tabela 28. Współczynniki regresji powtórnej sprzedaży w grupach wyróżnionych ze względu na status życia artysty.....	141
Tabela 29. Indeksy cen dzieł sztuki artystów nieżyjących podczas obu sprzedaży, żyjących podczas pierwszej sprzedaży i nieżyjących podczas drugiej sprzedaży oraz żyjących podczas obu sprzedaży	143
Tabela 30. Relacje cen sprzedaży do cen przedśmiertnych w poszczególnych grupach w zależności od wieku artysty w momencie śmierci.....	146
Tabela 31. Test istotności różnic relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od wieku artysty w momencie śmierci.....	147
Tabela 32. Podsumowanie analizy regresji hedonicznej – model 3.....	148
Tabela 33. Wyniki analizy regresji hedonicznej – model 3.....	149
Tabela 34. Relacje cen sprzedaży do cen przedśmiertnych w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na reputację (liczbę wyników Google)	151
Tabela 35. Test istotności różnic relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od reputacji artysty mierzonej liczbą wyników Google	152
Tabela 36. Relacje cen sprzedaży do cen przedśmiertnych w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na reputację (liczbę dzieł w portfolio)	154

Tabela 37. Test istotności różnic relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od reputacji artysty mierzonej liczbą dzieł w portfolio	154
Tabela 38. Relacja średniej liczby wyników Google Trends z lat przed i po śmierci artystów zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 rokiem względem średniej dla roku śmierci artysty z grupy odniesienia.....	158
Tabela 39. Relacje średnich cen z lat przed i po śmierci artystów zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 r. względem średnich cen dla roku śmierci artysty z grupy odniesienia	160

Spis wykresów

Wykres 1. Mediany relacji cen w poszczególnych grupach w zależności od czasu pomiędzy śmiercią a transakcją	136
Wykres 2. Indeksy cen dzieł sztuki w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na status życia.....	144
Wykres 3. Mediany relacji cen w zależności od wieku artysty w momencie śmierci	147
Wykres 4. Mediany relacji cen w poszczególnych grupach według reputacji artystów	153
Wykres 5. Mediana relacji cen w poszczególnych grupach według reputacji artystów (liczba dzieł)	155
Wykres 6. Średni stosunek cen i wyników Google Trends w grupie prac żyjących i nieżyjących artystów względem grupy odniesienia (zmarłych pomiędzy 2007 a 2019 r.)	163